

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENERAPAN PRINSIP KESEIMBANGAN
DALAM PERSAINGAN USAHA MINIMARKET DI KOTA MAKASSAR



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Hukum (SH) Jurusan Ilmu Hukum
Pada Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar

Oleh :

FIRMANSYAH

NIM : 10400114021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R
ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

2017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bersangkutan di bawah ini :

Nama : Firmansyah

NIM : 10400114021

Tempat/Tgl.Lahir : Ujung pandang, 17 April 1996

Jurusan : Ilmu Hukum

Fakultas : Syariah dan Hukum

Alamat : Btn Pao-pao Permai Blok G7 No. 9a

Judul : Tinjauan Yuridis Terhadap penerapan Perinsip Keseimbangan dalam Persaingan Usaha Minimarket di Kota Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, ataupun dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata,

Penyusun,

Firmansyah

NIM: 10400114021

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul "Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan Dalam Persaingan Usaha Minimarket di Kota Makassar, yang disusun oleh Firmansyah NIM 10400114021, Mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis, 28 Februari 2019 M, bertepatan dengan tanggal 23 Jumadil Akhir 1440 H dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Hukum (SH) pada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar dengan beberapa perbaikan.


Samata, 1 Maret 2019
24 Rajab 1440

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. Darussalam M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Istiqamah, S.H., M.H	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Andi safriani, SH., MH	(.....)
Munaqisy II	: Drs. Abbas Padil. MM	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Marilang, S.H., M.Hum	(.....)
Pembimbing II	: St. Nurjannah S.H., M.H	(.....)

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Syari'ah & Hukum,
UIN Alauddin Makassar


Prof. Dr. Darussalam M. Ag
NIP.19621016 199003 1 003

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadirat Allah swt. Karena atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyusun dan merampungkan skripsi yang berjudul, “Tinjauan Yuridis Terhadap Penerpan Perinsip Dalam dalam Persaingan Minimarket di Kota Makassar”. Skripsi tersebut merupakan tugas akhir dan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Tak lupa pula kita kirimkan Salawat dan Salam kepada Baginda Muhammad saw. beserta keluarga dan para sahabat-sahabatnya. Karena Nabi Muhammad saw. sebagai Rahmatanlilalamin.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Musafir Pababbari, M.Si selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
2. Bapak Prof. Dr. Darussalam Syamsuddin., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Makassar beserta Jajarannya.

3. Bunda Istiqamah, S.H., M.H., selaku Ketua Jurusan Ilmu Hukum dan Bapak Rahman Syamsuddin, S.H., M.H., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Hukum.
4. Bapak Dr. Marilang, S.H., M.Hum dan Ibu St. Nurjannah, S.H., M.H., selaku pembimbing yang senantiasa membimbing Ananda dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. A. Safriani, M.H. dan Bapak Drs. H. Abbas Fadil, M.M, selaku penguji yang senantiasa memberikan saran dan masukan dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan beserta jajarannya dan Walikota Makassar yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, terima kasih untuk seluruh didikan, bantuan dan ilmu yang telah di berikan kepada penulis.
8. Seluruh Staf Akademik dan Staf Jurusan, terima kasih atas bantuan yang di berikan kepada penulis selama mengurus segala sesuatunya.

Kemudian Doa dan dukungan moril terbesar baik secara langsung maupun secara tidak langsung selama ini tentu tidak bisa dielakkan berasal dari pihak keluarga maupun sahabat penulis. Yakni:

1. Kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Andi Makamur Dj dan ibunda Andi Nurhayati Makmur yang telah menjadi motivator terbesar bagi penulis, telah menjadi panutan penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa terbaik kalian, semangat, dan dorongan kepada penulis, terima kasih atas kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis selama ini.
2. Kepada saudara(i) Andi Nurfitrianti, Andi Nur Fakhura Nabila Salfa, dan Alyukif yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga itu yang menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Sahabat/teman dekat, terima kasih karena telah hadir menjadi motivator dan penyemangat serta selalu sedia setiap saat penulis membutuhkan bantuan, karenanya penulis tidak pernah merasa kekurangan dan kesulitan.
4. Kepada keluarga Ilmu Hukum 2014 Terkhususnya Ilmu Hukum A, saudara tapi sedarah terima kasih karena telah menjadi saudara penulis, kalian yang terbaik, kalian luar biasa.
5. Keluarga KKN-R Angkatan 58 Desa Bontolempangan, Kecamatan Buki, Kabupaten Kepulauan Selayar. kepada saudara(i) Sudirman, Rodin, Nena, adifa, Nisma, dan Dian. Penulis ucapkan banyak terima kasih atas ukhuwah yang telah terjalin selama ini dan telah memberikan pengaruh besar kepada penulis serta memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis.

6. Keluarga Besar PPL Perhimpunan Bantuan Hukum Indonesia (PBHI) angkatan 2017, terima kasih telah memberikan masukan dan saran kepada penulis.

Sekali lagi penulis ucapkan banyak terima kasih kepada setiap motivator yang telah memberikan doa maupun dukungan secara langsung ataupun tidak langsung, dan tak lupa penulis haturkan maaf kepada motivar tak sempat penulis sebutkan namanya tapi yakin bahwa penulis tak akan melupakan seorang yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

Penulis,

Firmansyah
NIM: 10400114021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1-13
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Deskripsi Fokus.....	9
1. Asas Kesimbangan.....	9
2. Teori Keadilan.....	9
3. Hukum Persaingan Usaha.....	10
4. Minimarket.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	14-27
A. Hukum Persaingan Usaha.....	14
1. Pengertian Hukum Persaingan Usaha.....	14
B. Asas Keseimbangan Persaingan Usaha.....	17
C. Persaingan Usaha yang Tdak Sehat.....	22
1. Pengertian Monopoli.....	22
2. Kriteria Monopoli Yang di Larang.....	24
3. Peraktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.....	26
4. Berbagai Larangan.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28-34
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	28

1. Jenis Penelitian.....	28
2. Lokasi Penelitian.....	29
B. Pendekatan Penelitian.....	29
C. Sumber Data.....	30
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
1. Pengamatan/Observasi.....	31
2. Wawancara/interview.....	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
F. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35-78
A. Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong di Kota Makassar.....	35
B. Perkembangan Minimarket di Kota Makassar.....	38
C. Peran Pemerintah Dalam Pengelolaan Persaingan Usaha Minimarket Dan Pasar Tradisional dalam Menyeimbangkan Eksistensi di Kota Makassar....	40
1. Kebijakan Pemerintah dalam Pendirian Minimarket.....	42
a. Pendirian minimarket yang disebut dalam peraturan presiden 112 tahun 2007.....	43
b. Peraturan daerah nomor 15 tahun 2009.....	45
D. Upaya Yang di Lakukan Pemerintah Kota Makassar dalam Mengatasi Kendala Yang di Hadapi.....	56
E. Persoalan Yang di Hadapi Oleh Pedagang Kelontong.....	63
a. Berkurangnya Konsumen Yang Berbelanja di Toko Kelontong.....	64
b. Berkurangnya Tingkat Pendapatan Warung/Toko Kelontong.....	67
c. Menimbulkan Peluang Yang Semakin Menyempit Bagi Toko Kelontong Dalam Memaksimumkan Keuntungan.....	69
F. Strategi Bertahan Pedagang Klontong.....	70
1. Menjual/Menjajakan di Toko Semua Kebutuhan Konsumen.....	72
2. Pelayanan yang baik dan memberi kemudahan dalam bentuk mengerti kebutuhan konsumen.....	74
3. Strategi Budaya/Membangun Pemikiran Yang Baik Dengan Konsumen.....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79-80
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA.....	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	83



ABSTRAK

Nama : Firmansyah

NIM : 10400114021

Judul : TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENERAPAN PRINSIP KESEIMBANGAN DALAM PERSAINGAN USAHA MINIMARKET DI KOTA MAKASSAR

Penelitian ini membahas tentang Tinjauan Yuridis Terhadap Penerapan Prinsip Keseimbangan dalam persaingan Usaha Minimarket di Kota makassar . Dapat ditarik tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memahami tentang Kebijakan yang di keluarkan Pemerintah Kota Makassar agar Perda Kota Makassar No 15 tahun 2009 dan Perpres No 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko moderen, di kota makassar.

Jenis penilitian ini tergolong kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis, adapun sumber data penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder (studi kepustakaan dengan cara menelaah buku-buku, literatur dan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang berkaitan dengan skripsi penulis). Selanjutnya metode pengumpulan data yang digukana adalah wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini dilaksanakan di dinas yang terkait dan tinjauan lapangan dengan melakukan wawancara langsung dengan masyarat, Pedagang dan staf dinas yang terkait. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut yaitu: **1)** Untuk mengetahui Bagaimana Penerapan prinsip keseimbangan dalam persingangan usaha minimarket di kota Makassar. **2)** Untuk mengetahui Bagaimana peranan Pemerintah Kota makassar dalam pengelolaan persaingan usaha minimarket dan pasar t radisonal dalam menyeimbangkan eksistensinya di Kota Makassar **3)** Untuk mengetahui upaya pemerintah kota makasar dalam mengatasi kendala tersebut.

Implikasi dari penelitian ini untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang akibat maraknya persaingan usaha minimarket yang menimbulkan banyak pedagang klontong tidak mendapat hasil yg tidak memuaskan dan pemerintah harus melakukan tindakan agar perekonomian masyrakat yang dibawah agar mendapat keaadilan dan kesejahteraan

Kata Kunci: Kebijakan, Perlindungan, Minimarket, Pasar Tradisional

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi merupakan aktifitas yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia, bahkan kegiatan ekonomi telah ada sejak manusia mengenal kebudayaan. Kegiatan ekonomi merupakan salah satu pilar penting dalam dinamika kehidupan manusia, karena manusia selalu mempunyai kebutuhan hidup baik primer, sekunder maupun tertier, sehingga semakin kompleks kebutuhan manusia akan semakin meningkat pula kegiatan ekonominya. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas seperti sekarang ini, kegiatan ekonomi menjadi semakin intens dan luas menjangkau seluruh bagian dunia dan mempunyai cakupan seluas kegiatan manusia dimana saja berada, jarak dan waktu bukanlah merupakan penghalang lagi bagi kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi pada dasarnya merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bersifat simultan, komprehensif dan terus menerus.¹

Pihak yang menjalankan kegiatan ekonomi disebut pelaku ekonomi, baik perorangan maupun yang bersifat kelompok atau badan usaha. Pada garis besarnya kegiatan ekonomi dapat digolongkan menjadi dua kegiatan utama yaitu :

1. Kegiatan memproduksi barang dan atau jasa

¹Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007, hal 119.

2. Kegiatan mendistribusikan barang dan atau jasa mulai dari produsen, perantara sampai ke konsumen.

Selanjutnya dua kegiatan utama tersebut dapat diturunkan menjadi berbagai bidang kegiatan lain yang bersifat lebih terperinci. Bahwa harus diakui dalam kegiatan ekonomi tidak terlepas dari terjadinya persaingan antara pelaku usaha, dan demikian itu merupakan persyaratan bagi terselenggaranya ekonomi pasar, terlebih lagi dalam era global yang menuntut sistem ekonomi pasar bebas, sehingga persaingan antar pelaku usaha akan lebih terbuka. Adakalanya persaingan usaha tersebut merupakan persaingan yang sehat (*fair competition*), namun dapat juga terjadi pelaku usaha demi untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya melakukan persaingan tidak sehat (*unfair competition*). Menurut Sri rejeki Hartono dalam bukunya yang berjudul Hukum ekonomi indonesia Menyatakan bahwa :

- a. Jumlah pelaku usaha /penjual bertambah banyak.
- b. Jumlah konsumen yang terbatas.
- c. Adanya motivasi untuk merndapatkan keuntungan.
- d. Memperluas jaringan pemasaran.
- e. Penguasaan teknologi yang sudah merata.
- f. Motivasi prestise dari perusahaan.

Menurut ilmu ekonomi, pasar yang paling ideal dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah pasar persaingan²

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Pasar merupakan kegiatan ekonomi yang menjadi salah satu perwujudan adaptasi manusia terhadap lingkungannya. Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar tidak hanya sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi, mendeskripsikan pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas produk tertentu atau kelompok produk tertentu

Secara umum masyarakat mengenal 2 jenis pasar, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah-buahan, sayur, telur, daging, pakaian, elektronik, jasa dan lain-lain.

Pasar seperti ini masih banyak dijumpai di Indonesia dan umumnya terletak di dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern,

²Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007, hal 119.

umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Pasar modern antara lain mall, supermarket, *departement store*, *shopping centre*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang yang dijual disini memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barangbarang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijk/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas,

Keberadaan pasar modern lebih banyak dicari dan dikunjungi konsumen karena dari segi *marketing mix*, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, lebih unggul dibandingkan dengan pasar tradisional. Pertama dari segi produk antara pasar tradisional dengan pasar modern produk yang ditawarkan dapat dikatakan hampir sama, tetapi dalam pasar modern, variasi produk lebih banyak, penataan produk lebih rapi, dan tentu saja lebih memudahkan konsumen untuk mencari informasi dan membeli barang yang dibutuhkannya. Kualitas produk di pasar modern pun lebih terjamin dibandingkan pasar tradisional karena pasar modern akan senantiasa menjaga kwalitas produknya, demi menjaga *brand image*-nya ke konsumen.

Di samping itu, dalam proses pembelian oleh konsumen di era kehidupan yang modern seperti ini, pembelian selalu didasarkan berbagai pertimbangan yang membuat mereka lebih rasional cerdas untuk memilih tempat berbelanja.

Pertimbangan itu antara lain : pada kesadaran atas kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif (pemilihan alternatif lain), keputusan membeli (motif rasional dan motif emosional) dan evaluasi pascapembelian. Dari segi harga, memang untuk pasar modern lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Meskipun begitu konsumen seringkali tetap saja berbelanja di pasar modern, dikarenakan harga yang ditawarkan oleh pasar modern terkadang relatif lebih menarik, sering ada penawaran diskon, dan berbagai inovasi penawaran menarik lainnya yang sangat jauh berbeda dibandingkan pasar tradisional. Kemudian dalam segi tempat, pasar modern benar-benar memberikan kondisi yang maksimal bagi para konsumen.

Tempat yang digunakan pasar modern seringkali berada di pusat-pusat strategis dalam kehidupan masyarakat. Tempat berbelanja di pasar modern dibangun dengan sangat baik, kondisinya bersih dan fasilitas pendukung konsumen untuk berbelanja yang sangat lengkap, misalnya saja: troli, tas berbelanja, pendingin udara, tempat parkir yang luas, dll Terakhir adalah dari segi promosi. Untuk promosi dan *marketing*, pasar modern memang lebih unggul di bidang teknologi dan sumberdaya. Berbagai jenis strategi dilakukan, baik itu melalui katalog produk, promo berhadiah, diskon, *package* yang menarik, pelayanan yang ramah maupun fasilitas tempat yang ditawarkan. Konsumen benar-benar dibawa dan dimanjakan dengan segala hal demi kenyamanan dan kepuasan dalam berbelanja.³

³Skripsi Fatmawati “Analisis dampak keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Maros” jurusan ilmu ekonomi fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin Makassar 2014

Namun disisi lain kita harus juga memperhatikan pasar tradisional yang masih banyak di sekitar pemukiman Seperti yang terjadi di Kota Makassar sekarang ini, terdapat beberapa pasar modern yang letaknya saling berdekatan disepanjang jalan dan berdekatan pula dengan pasar tradisional

Dari beberapa Minimarket dan Swalayan tersebut saling menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pasar tradisional yang ada, selain pelayanan mereka juga menawarkan harga yang lebih rendah, variasi barang yang banyak, tempat belanja yang nyaman. Mereka saling berusaha untuk menambah fasilitas dan meningkatkan kualitas pelayanan menurut persepsinya masing-masing. Di balik peran-peran strategis Pasar Tradisional tersebut terdapat berbagai permasalahan yang membutuhkan perhatian Pemerintah.

Kehadiran pasar-pasar modern yang dikelola dengan baik dan professional oleh para investor diklaim telah mendiskreditkan keberadaan Pasar Tradisional khususnya di perkotaan sementara hanya sebagian kecil Pasar Tradisional yang dikelola secara profesional. Sebagian besar Pasar Tradisional masih terkesan becek, bau, sumpek, pengap, dan kotor. Hal tersebut dibuktikan dari berbagai hasil penelitian khususnya di kota-kota besar di Indonesia yang menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern telah berdampak pada penurunan omset pedagang di Pasar Tradisional secara signifikan.⁴ Kehadiran pasar modern tersebut bukan satu-satunya penyebab penurunan produktivitas Pasar Tradisional.

⁴Fransisca Yaningwati, dkk, 2009, *Dampak Keberadaan Hypermarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional*, Laporan Hasil Penelitian Fundamental, Universitas Brawijaya, Malang.

Persoalan internal seperti buruknya manajemen pasar, minimnya sarana dan prasarana pasar hingga minimnya bantuan permodalan turut andil dalam penurunan.⁵

Kabupaten Gowa juga tidak lepas dari permasalahan tersebut. Persoalan justru semakin kompleks karena aktivitas perdagangan retail tidak hanya melibatkan penduduk lokal tetapi juga para pendatang serta para wisatawan dengan latar belakang ekonomi yang beragam. Keberadaan kawasan perdagangan Sungguminasa dengan harmonisasi konsep modern dan tradisionalnya yang selalu ramai dan dikenal masyarakat luas, tidak serta merta meningkatkannilai jual pasar tradisional lainnya.

Mengingat pentingnya peran Pasar Tradisional bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, permasalahan-permasalahan seputar Pasar Tradisional harus segera diatasi. Apalagi permasalahan tersebut tidak hanya berasal dari internal Pasar Tradisional sendiri namun juga melibatkan factor eksternal hubungannya dengan pasar modern dan preferensi belanja masyarakat. Tidak seperti pasar modern yang dikelola secara professional dengan kualitas manajemen dan SDM yang baik serta responsif dalam menghadapi perubahan jaman, Pasar Tradisional lebih banyak melibatkan masyarakat golongan menengah ke bawah dengan kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu, sebagai negara yang menganut prinsip kesejahteraan (*welfare state*) peran aktif dari Pemerintah sangat diperlukan.⁶

⁵ Adri Poesoro, "Pasar Tradisional di Era Persaingan Global", *Newsletter Lembaga Penelitian Smeru No. 22: Apr-Jun/2007*, hal. 3

⁶ Deni Mukbar, "Denyut Usaha Kecil Di Pasar Tradisional Dalam Himpitan Hipermarket", *Jurnal Analisis Sosial*, Vol. 12 No. 18 November, hal. 56

Hal-hal tersebut di atas membutuhkan peran aktif dari Pemerintah Daerah sebagai pengelola dan pemegang kebijakan atas seluruh *stakeholder* yang terkait baik produsen, *supplier* (pemasok), pedagang, pembeli, termasuk lembaga keuangan seperti perbankan dan koperasi. Sebagai negara hukum, instrumen-instrumen hukum harus menjadi dasar berpijak dan harus dioptimalkan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat (*salus populi suprema lex*). Sebagai dasar perekonomian Indonesia,

Pasal 33 UUD 1945 dalam hal ini khususnya ayat (1) dan ayat (4) dengan jelas menyebutkan

bahwa:

- (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
- (4) Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas asas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian menyangkut persaingan usaha dengan judul: **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENERAPAN PRINSIP KESEIMBANGAN DALAM PERSAINGAN USAHA MINIMARKET DI KOTA MAKASAR”**

B. Fokus dan Deskripsi Fokus

1. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan adalah Kepentingan-Kepentingan yang memiliki hubungan satu sama lain dan kewajiban satu sama lain.

2. Teori Keadilan

Konsep tentang keadilan merupakan konsep abstrak dan bersifat subjektif, sesuai nilai yang dianut oleh masing-masing individu dan masyarakat. Hukum lahir karena adanya tuntutan-tuntutan instrumental terhadap pemerintah dimana hukum tidak mungkin dipisahkan dari keberadaan suatu pemerintah, seperti yang dikatakan oleh **Donald Black**⁷, “Hukum adalah pengendalian sosial oleh pemerintah”. Tidak semua aturan hukum dibuat oleh pemerintah (dalam arti luas yang mencakupi kekuasaan legislatif, eksekutif, dan yudikatif), tetapi suatu aturan barulah dapat dikatakan aturan hukum jika berlakunya memperoleh legitimasi oleh suatu pemerintah. **Jeremy Bentham** (1748-1832)⁸ adalah seorang filsuf, ekonom, yuris dan reformer hukum, yang memiliki kemampuan untuk menenun dari benang „prinsip kegunaan” (utilitas) menjadi permadani doktrin etika dan ilmu hukum yang luas, dan yang dikenal sebagai „utilitarianism” atau mazhab utilitis. Jeremy Bentham terkenal dengan motonya, bahwa tujuan hukum adalah untuk mewujudkan the greatest happiness of the greatest number (kebahagiaan

⁷ Achmad Ali, 2009, Menguak Teori Hukum (*Legal Theory*) dan Teori Peradilan (*Judicialprudence*): Termasuk Interpretasi Undang-Undang (*Legisprudence*), Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal.223.

⁸ *ibid.*, hal.273.

yang terbesar, untuk banyak orang), dimana adanya negara dan hukum semata-mata hanya demi manfaat sejati, yaitu kebahagiaan mayoritas masyarakat.

3. Hukum Persaingan Usaha

Menurut Arie Siswanto. Dalam bukunya yang berjudul “Hukum persaingan usaha” yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Meskipun secara khusus menekankan pada aspek “persaingan”. Hukum persaingan juga menjadi perhatian dari hukum persaingan adalah mengatur persaingan sedemikian rupa, sehingga ia tidak menjadi sarana untuk mendapatkan monopoli.

4. Minimarket

Secara kata merupakan gabungan dari kata “Mini” dan “Market” mini berarti kecil dan market berarti pasar, jadi Minimarket adalah sebuah pasar kecil atau diperjelas menjadi sebuah tempat yang kecil tapi menjual barang barang bervariasi dan lengkap seperti di dalam pasar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan prinsip keseimbangan dalam Persainagan usaha minimarket di kota Makassar?
2. Bagaimana peranan Pemerintah dalam pengelolaan persaingan usaha minimarket dan pedagang klontong di Kota Makassar?

3. Bagaimanakah perlindungan terhadap pedagang kelontong atas keberadaan minimarket di Kota Makassar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Penerapan prinsip keseimbangan dalam persingangan usaha minimarket di kota Makassar
2. Untuk mengetahui Bagaimana peranan Pemerintah dalam pengelolaan persaingan usaha minimarket dan pasar tradisonal dalam menyeimbangkan eksistensinya di Kota Makassar
3. Untuk mengetahui Bagaimanakah perlindungan terhadap pedagang kelontong atas keberadaan minimarket di Kota Makassar

E. Kajian Pustaka

Untuk melihat keaslian penelitian ini, Penulis telah melakukan penelusuran pada berbagai referensi dan hasil penelitian baik melalui media cetak maupun penelusuran internet. Dari hasil penelusuran, Penulis tidak menemukan penelitian yang sama dengan penelitian ini. Meskipun demikian Penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang memiliki keterkaitan terdekat dengan masalah dan objek kajian dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian Skripsi fatmawati “Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Maros” Jurusan Ilmu

Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar 2014, Ini sedikit berbeda dari penelitian yang penulis lakukan, dalam penelitian ini hanya mengambil dari segi Ekonominya tetapi penulis mengambil sudut pandang dari Hukum yang mengaturnya dengan mengambil kebijakan pemerintah dalam Memperhatikan keseimbangan persaingan usaha minimarket dan pasar tradisional

2. Penelitian dengan judul “Pasar Tradisional Versus Pasar Modern: Studi Kasus Terhadap Kebijakan Pengelolaan Pasar di Kota Yogyakarta” yang dilakukan oleh Utami Dewi dan F. Winarni dari Fakultas Ilmu Sosial UNY pada tahun 2012. Penelitian tersebut menganalisis tentang kebijakan dan program Pemerintah Kota Yogyakarta terkait dengan pengembangan pasar tradisional dan implementasinya yang berfokus pada Dinas Pengelolaan Pasar. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Penulis. Penelitian yang dilakukan Penulis bersifat lebih komprehensif dan terkini, tidak hanya berfokus pada Dinas Pengelolaan Pasar sebagai pelaksana namun melihat permasalahan pasar tradisional secara menyeluruh dan melibatkan seluruh instansi perangkat daerah terkait sehingga dapat menjadi pelengkap dari penelitian sebelumnya.
3. Fransisca Yaningwati, dkk, 2009, Dampak Keberadaan Hypermarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional, Laporan Hasil Penelitian Fundamental, Universitas Brawijaya, Malang.
4. Promosi Doktor Ilmu Hukum, FH. Unsri, 2014 RINGKASAN ASAS KESEIMBANGAN DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA:

“Pemaknaan dan Pemfungsian Asas Keseimbangan dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan Pendekatan Struktur Pasar

5. Joni Emirzo, asas keseimbangan persaingan usaha: pemaknaan dan pemungisian asas keseimbangan dalam putusan komisi pengawas persaingan usaha tentang perjanjian penetapan harga berdasarkan pendekatan struktur pasar, Promosi Dokter Ilmu Hukum, FH. UNSRI, 2014.

<https://proyekkemjar.files.wordpress.com/2014/06/ringkasan-untuk-buku-kecil-ujian-terbuka.pdf>

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis/Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan teori-teori hukum dan berbagai peraturan perundang-undangan dalam sektor perekonomian khususnya terkait dengan pasar tradisional. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pembangunan ilmu hukum serta memperkaya hasil penelitian dalam lapangan ilmu hukum khususnya Hukum Perdata terutama dalam Hukum Persaingan Usaha

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kebijakan Pemerintah Kota Makassar dalam melindungi, mengelola, dan mengatur Pasar Tradisional di wilayah Kota Makassar. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Daerah Kota Makassar dalam melaksanakan kebijakan yang telah ada maupun sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan-kebijakan Keseimbangan antara Minimarket Dan Pasar Tradisional ke depan.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Hukum persaingan usaha

1. Pengertian hukum persaingan usaha

Sungguh banyak istilah yang digunakan untuk bidang hukum selain istilah hukum persaingan usaha (*competition law*), yaitu hukum antimonopoli (*antimonopoly law*) dan hukum antitrust (*antitrust law*), namun demikian, penulis menggunakan istilah hukum persaingan usaha karena di pandang lebih tepat dan memang sesuai dengan substansi ketentuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang mencakup pengaturan antimonopoli dan persaingan usaha dengan segala aspeknya yang terkait.

Secara umu dapat dikatan bahwa hukum persaingan usaha adalah hukum yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan persaingan usaha. Untuk memperoleh pengertian yang lebih mendalam tentu pengertian hukum persaingan usaha yang demikian itu tidaklah mencakupi.oleh karenanya, perlu dikemukakan beberapa pengertian hukum persaingan dari para ahli hukum persaingan usaha.

Menurut Arie Siswanto. Dalam bukunya yang berjudul “Hukum persaingan usaha” yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan. Meskipun secara khusus menekankan pada aspek “persaingan”. Hukum persaingan juga menjadi perhatian dari hukum persaingan adalah

mengatur persaingan sedemikian rupa, sehingga ia tidak menjadi sarana untuk mendapatkan monopoli.

kamus lengkap ekonomi yang ditulis oleh christoper pass dan bryan lowes, *competition laws*, (Hukum Persaingan) adalah bagian dari perundang-undangan yang mengatur tentang monopoli, penggabungan dan pengambilalihan, perjanjian perdagangan yang membatasi dan praktik anti persaingan.

Beranjak dari pengertian diatas, maka menurut penulis yang dimaksud dengan hukum persaingan usaha adalah seperangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.

Selain pengertian hukum persaingan usaha, maka pengertian kebijakan persaingan (*competition policy*) perlu juga dikemukakan karena berkaitan erat dengan hukum persaingan usaha. Dalam kamus lengkap ekonomi yang ditulis oleh christopher pass dan bryan lowes, yang dimaksud dengan kebijakan persaingan adalah kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan efisiensi pemakaian sumber daya dan perlindungan kepentingan konsumen. Tujuan kebijakan persaingan adalah untuk menjamin terlaksananya pasar yang optimal, khususnya biaya produksi terendah, harga dan tingkat keuntungan yang wajar, kemajuan teknologi, dan perkembangan produk.

Berdasarkan pengertian yang diuraikan diatas, maka dapatlah dikatakan bahwa yang dimaksud dengan kebijakan persaingan usaha adalah kebijakan yang berkaitan dengan masalah-masalah di bidang persaingan usaha yang dipedomani

oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya dan melindungi kepentingan konsumen.⁹

Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengenai larangan praktek monopoli dan persaingan usaha (UU Antimonopoli) merupakan salah satu produk Undang-Undang yang dilahirkan atas desakan dari internasional monetary fund (IMF) Sebagai salah satu syarat agar pemerintah indonesia dapat memperoleh bantuan dari IMF guna mengatasi krisis ekonomi yang melanda indonesia. tujuan adanya Undang-Undang ini adalah untuk memangkas praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat yang terjadi di indonesia pada zaman orde baru, dimana praktek monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat tersebut banyak terjadi akibat kebijakan pemerintah yang kerap kali menguntungkan pelaku usaha tertentu saja. Sebenarnya indonesia telah memiliki rancangan Undang-Undang Antimonopoli yang disusun oleh pelaku usaha dengan para ekonomi indonesia pada akhir tahun 80-an, yang apabila disahkan dapat digunakan sebagai landasan hukumpenghapusan Praktek-praktek monopoli dan persaingan usaha yang sehat yang terjadi pada waktu itu. Namun sayangnya, karena adanya tekanan dari penguasa, Rancangan Undang-Undang Antimonopoli tersebut tidak pernah di bahas oleh pemerintah dan dewan perwakilan rakyat (DPR) Untuk menjadi Undang-Undang.

Walaupun pada saat itu indonesia telah memiliki UU Antimonopoli. Tetapi pada kenyataannya Undang-Undang ini memiliki banyak kekurangan dan kelemahan, terutama mengenai hukum acaranya. Hal ini dapat dipahami karena

⁹Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta; Prenada Media Group, 2008) hal. 1-2

pada waktu itu pembahasan dan pembuatan UU Antimonopoli ini dilakukan dalam tempo yang disingkat berkaitan dengan tujuan pemerintah dan DPR pada waktu itu adalah, *pertama* indonesia memiliki Undang-Undang Persaingan usaha terlebih dahulu dan apabila terdapat kekurangan, kekurangan tersebut dapat diperbaiki kemudian, dan *kedua* agar IMF segera dapat menguncurkan bantuannya kepada indonesia. Oleh karena itu, tepat pada tanggal 5 maret 1999 UU Antimonopoli disahkan dan diundangkan pada tanggal yang sama. Namun demikian, UU Antimonopoli ini tidak otomatis berlaku karena pemerintah ingin menyosialisasikan kepada masyarakat dan kalangan dunia usaha pada umumnya sebelum memberlakukannya secara efektif. Pemerintah baru memmemberlakukannya UU Antimonopoli secara efektif satu tahun kemudian, yaitu pada tanggal 5 maret 2000.¹⁰

B. Asas Keseimbangan dalam Persaingan Usaha

Empat butir tentang apa cita atau *rechtsidee* menurut Pembukaan dan UUD 1945 merupakan *idealita* apa yang dinamakan hukum di Negara kita, artinya, ukuran-ukuran yang dipakai untuk membuat aturan-aturan kehidupan masyarakat di dalam negara kita, agar aturan itu diakui sebagai aturan hukum atau tidaknya, bergantung kepada sesuai atau tidaknya aturan itu dengan nilai-nilai dasar dari *idealita* hukum tersebut. Pembangunan hukum ekonomi nasional juga tidak terlepas dari keempat nilai-nilai dasar tersebut.

Oleh karena itu idealnya, nilai-nilai dasar tersebut akan tercermin dalam setiap produk hukum ekonomi yang diterbitkan. Penelitian hukum tentang asas

¹⁰Desvianto Wibowo, Harjon Sinaga. *Hukum Acara Persaingan Usaha*, (Jakarta;PT Raja Grafindo Persada, 2005) hal 1-2

keseimbangan dalam hukum persaingan usaha: Pemaknaan dan pemfungsian asas keseimbangan dalam putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang perjanjian penetapan harga berdasarkan pendekatan struktur pasar menjadi penting, dilatarbelakangi persoalan keilmuan hukum, baik pada tataran filsafat, teoretik dan dogmatik hukum. Dari sisi filsafat hukum, persoalan penafsiran pemahaman dan penerapan asas keseimbangan yang perlu diteliti terutama makna dan fungsi asas keseimbangan yang mendasari hukum persaingan usaha. Selain itu, keterkaitan faktor idiil dan riil yang mendasari asas keseimbangan. Faktor idiil yang dimaksud, dilandaskan pada Pancasila dan faktor riil muncul dari hokum positif dan praktik hukum di Indonesia.

Terkait dengan asas keseimbangan, Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dengan terbitnya undang-undang ini, ada angin segar atau sebaliknya, setidaknya merubah suasana atau kondisi bisnis di Indonesia. Undang-undang ini diharapkan akan memberikan jaminan kepastian hukum untuk mendorong percepatan pembangunan ekonomi dalam upaya peningkatan kesejahteraan umum serta sebagai implementasi dari semangat dan jiwa dari UUD 1945.¹¹

Dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dinyatakan bahwa agar implementasi undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya dapat berjalan efektif sesuai asas dan tujuannya, maka dibentuk Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). KPPU dalam hal ini merupakan

¹¹Marwah M. Diah dan Joni Emirzon, 2003, *Aspek-Aspek Hukum Persaingan Bisnis Indonesia, (Perjanjian yang Dilarang, Perbuatan Bisnis yang Dilarang, dan Posisi Dominan yang Dilarang)*, Universitas Sriwijaya, Palembang, hal. 29

lembaga independen yang terlepas dari pengaruh pemerintah dan pihak lain, yang berwenang melakukan pengawasan persaingan usaha dan menjatuhkan sanksi berupa tindakan administratif, sedangkan sanksi pidana merupakan wewenang pengadilan. Pasal 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 memuat ketentuan bahwa: "pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum". Sedangkan dalam konsideran menimbang huruf (b) dinyatakan bahwa: "Demokrasi dalam bidang ekonomi menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga negara untuk berpartisipasi didalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif dan efisien, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan bekerjanya ekonomi pasar yang wajar".

Dari ketentuan Pasal 2 tersebut, terdapat dua asas yang dianut dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, yaitu asas demokrasi ekonomi dan asas keseimbangan. Asas demokrasi menghendaki bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan usaha berada di tangan rakyat, baik itu mengenai perencanaan usaha maupun keputusan usaha. Pelaku usaha sepenuhnya berdaulat atas kegiatan usahanya. Namun demikian, hal itu terkait dengan asas keseimbangan. Asas keseimbangan menghendaki agar segala perencanaan dan keputusan usaha dilaksanakan dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan individu pelaku usaha dan kepentingan bersama (kepentingan umum). Artinya, asas ini hendak mengingatkan bahwa perencanaan dan keputusan pelaku usaha akan berdampak kepada masyarakat lainnya atau negara secara keseluruhan. Oleh

karena itu, kepentingan umum senantiasa mendapat pertimbangan dalam setiap langkah tersebut¹².

Untuk mencegah timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat, maka Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur secara jelas dan terstruktur tentang perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang dan posisi dominan. Sehubungan dengan 3 (tiga) hal tersebut, maka secara substansial berpotensi membuka peluang besar untuk terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat, apalagi sebagian besar transaksi bisnis memang berdasarkan perjanjian antara pelaku usaha. Secara terminologi, monopoli⁴ adalah sisi lain dari *theoretical coin* dari kompetisi yang sempurna, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ernest Gellhorn dan William E. Kovacic, yaitu:

"In general terms, private monopoly is the other side of the critical coin of perfect competition. A seller with monopoly power restricts her in order to raise her price and maximize her profits. Not only does this transfer wealth from consumers to producers, but it also"

Dalam pasar hanya ada satu penjual, sehingga tidak ada pihak lain yang menyainginya. Hal ini merupakan kasus monopoli murni atau "*pure monopoly*", Boediono, *Ekonomi Mikro*, BPFE Yuichi Shionoya dalam bukunya *Economy and Morality*, menyatakan bahwa persaingan merupakan sebuah gambaran dari suatu permainan, seperti yang dikemukakannya bahwa:

"Competition in markets is often compared to games to the rules of the game. Social activities can be conceived as games that competing participants play under certain rules. This illustrates the use of a metaphor in economic discourse. Metaphors make problems intelligible by reference to simpler and more familiar problem"

¹²Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 231.

Dari sisi teori hukum, belum terdapat teori yang menjelaskan tentang keseimbangan dalam hukum persaingan usaha, khususnya perjanjian penetapan harga. Oleh karena itu, perlu dijelaskan lebih lanjut melalui pendekatan struktur, yang dalam hal ini meliputi struktur pasar, kinerja pasar dan perilaku pasar sebagai instrumen pemaknaan dan pemungisian asas keseimbangan, sehingga dapat menjadi bahan (input) bagi pengembangan teori hukum tentang asas keseimbangan dalam hukum persaingan usaha, khususnya perjanjian penetapan harga. Terdapat hubungan antara analisis pendekatan struktur pasar dalam perjanjian penetapan harga terhadap keseimbangan. Pelaku usaha yang melakukan perjanjian penetapan harga akan mengabaikan keseimbangan kepentingan pelaku usaha lainnya serta masyarakat selaku konsumen. Analisis struktur pasar merupakan suatu pendekatan dimana agar suatu tindakan dari pelaku pasar dapat dikatakan melanggar hukum anti monopoli, maka disamping dianalisis terhadap Tindakan yang dilakukan tersebut, juga dilihat pada kekuatan pasar atau struktur pasar.

Dari sisi dogmatik hukum, peraturan perundang-undangan yang ada tidak menjelaskan secara konkrit tentang asas keseimbangan dalam hukum persaingan usaha khususnya perjanjian penetapan harga. Oleh karena itu, perlu analisis normatif terhadap hukum persaingan usaha secara sistematis, dikarenakan keberadaan asas keseimbangan tidak hanya bersandar padapemaknaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 semata, melainkan pada putusan KPPU, hakim Pengadilan Negeri, hakim Mahkamah Agung serta doktrin.

Dari sisi praktik hukum, masih beragamnya pendekatan yang dapat digunakan dalam menguji asas keseimbangan dalam hukum persaingan usaha khususnya perjanjian penetapan harga. Selain itu, masih banyaknya perjanjian tidak tertulis (perjanjian diam-diam, perjanjian terselubung) yang digunakan dalam perjanjian penetapan harga.¹³

Namun demikian, hal itu terkait dengan asas keseimbangan. Asas keseimbangan menghendaki agar segala perencanaan dan keputusan usaha dilaksanakan dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan individu pelaku usaha dan kepentingan bersama (kepentingan umum). Artinya, asas ini hendak mengingatkan bahwa perencanaan dan keputusan pelaku usaha akan berdampak kepada masyarakat lainnya atau negara secara keseluruhan. Oleh karena itu, kepentingan umum senantiasa mendapat pertimbangan dalam setiap langkah tersebut.¹⁴

C. Persaingan Usaha yang tidak Sehat

1. Pengertian Monopoli

Dalam undang-undang yang terdiri dari 11 Bab dan 53 pasal ini, Monopoli di definisikan sebagai suatu bentuk penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku atau satu kelompok pelaku usaha.¹⁵

¹³Promosi Doktor Ilmu Hukum, FH. Unsri, 2014 RINGKASAN ASAS KESEIMBANGAN DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA:

¹⁴ Joni Emirzo, Promosi Doktor Ilmu Hukum, FH. Unsri, 2014
<https://proyekkemjar.files.wordpress.com/2014/06/ringkasan-untuk-buku-kecil-ujian-terbuka.pdf>

¹⁵ Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, Rajawali Pers, Jakarta, hal 12.

Di dalam Wikipedia disebutkan bahwa Pasar *Monopoli* (dari bahasa Yunani: “*monos*” yang berarti satu, dan “*polein*” yang berarti menjual) adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar. Penentu harga (*price-maker*) pada pasar ini adalah seorang penjual atau sering disebut sebagai “monopolis”.

Di dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan Monopoli adalah situasi yang pengadaan barang dagangannya tertentu (di pasar lokal atau nasional) sekurang-kurangnya sepertiganya dikuasai oleh satu orang atau satu kelompok sehingga harganya dapat dikendalikan.

Monopoli di dalam bahasa Arabnya dikenal dengan istilah “*al-Ihtikar*“, yaitu secara bahasa adalah menyimpan makanan, adapun secara istilah adalah : “Seseorang membeli makanan ketika harganya tinggi untuk diperjualbelikan, tetapi dia tidak menjualnya pada waktu itu, justru malah ditimbunnya agar menjualnya dengan harga yang lebih tinggi. (*Imam Nawawi dalam Syarh Shahih Muslim : 10/ 219*)

2. Kriteria Monopoli Yang Dilarang

Menimbun barang yang diharamkan menurut mayoritas ulama bila memenuhi beberapa kriteria di bawah ini :

Pertama : Monopoli yang dilarang adalah jika penimbun membelinya dari pasar umum. Adapun jika menimbun dari sawahnya sendiri atau dari hasil kerjanya sendiri maka hal itu dibolehkan.

Kedua : Monopoli yang dilarang adalah jika dia membeli barang tersebut ketika harganya mahal, untuk kemudian dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi. Seperti orang membeli bensin banyak-banyak menjelang harga naik, untuk disimpannya dan menjualnya dengan harga tinggi.

Kalau membeli ketika harga murah dan barangnya berlimpah di masyarakat dan menyimpannya untuk dijual dengan harga lebih mahal karena kebutuhan hidupnya, maka ini tidak termasuk monopoli yang dilarang.

Ketiga : Monopoli yang dilarang adalah jika dia menimbun untuk dijual kembali. Adapun jika ia menimbun makanan atau barang untuk kebutuhan pribadi atau keluarga, tanpa ada niat menjualnya bukan termasuk monopoli yang dilarang.

Berkata al-Baji di dalam *al-Muntaqa* (5/15) : “ *Monopoli itu adalah menimbun barang dagangan dan mengambil untung darinya. Adapun menyimpan bahan makanan (untuk keperluan sendiri), maka tidak termasuk monopoli.* “

Keempat : Monopoli yang dilarang adalah menimbun barang pada waktu masyarakat membutuhkan barang tersebut. Adapun menimbun barang yang banyak beredar di masyarakat untuk persiapan musim paceklik maka itu dibolehkan.

Kelima : Monopoli yang dilarang adalah menimbun barang-barang yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat seperti pangan, sandang, minyak dan lain-lain. Adapun menimbun barang-barang yang bukan kebutuhan pokok masyarakat dan barang tersebut banyak di tangan para pedagang, serta tidak merugikan masyarakat, maka hal ini dibolehkan.

3. Peraktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Dalam undang- undang juga diberikan penegertian dari praktek monopoli, Yaitu suatu pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.¹⁶

4. Berbagai larangan

Untuk mencegah terjadi nya paersaingan usaha tidak sehat, yang menjurus kearah terjadinya monopoli¹⁷, Undang – undang melarang dilakukan “tindakan – tindakan” oleh para pelaku usaha. Secara garis besar tindakan – tindakan tersebut dapat digolongkan kedalam 2 macam kategori. Pertama adalah tindakan yang dilakukan dalam rangka “kerja sama” dengan sesame pelaku usaha ekonomi, sebagaimana di atur dalam:

1. Pasal 4 dalam bentuk Oligopoli
2. Pasal 5 sampai dengan pasal 8 bentuk penetapan harga secara bersamaan
3. Pasal 9 dalam bentuk pembagian wilayah secara bersamaan
4. Pasal 10 dalam bentuk pemboikotan
5. Pasal 11 dalam rangka pembentukan kartel
6. Pasal 12 untuk trust

¹⁶ Ahmad yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, Rajawali Pers, Jakarta, hal. 17

¹⁷ Ahmad yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, Rajawali Pers, Jakarta, hal. 19

7. Pasal 13 dalam bentuk oligopsoni
8. Pasal 14 dalam rangka integrasi vertikal
9. Pasal 15 dalam bentuk perjanjian tertutup
10. Pasal 16 dalam bentuk perjajian pihak di luar negeri.

Dan kedua dalam bentuk tindakan atau perbuatan hukum yang dilakukan pelaku usaha dan atau kelompok pelaku usaha tersebut tanpa melibatkan pelaku usaha atau klompok plaku usaha yang dalam undang ini di bagi ke dalam:

1. Monopoli yang di atur dalam Pasal 17
2. Monopsoni yang diaturr dala Pasal 18
3. Penguasaan pasar, yang diatur dalam pasal 19 sampai Pasal 21
4. Persengkongkolan, yang di atur dalam passal 22 sampai Pasal 24.¹⁸



¹⁸ Ahmad yani dan Gunawan Widjaja, *Anti Monopoli*, Rajawali Pers, Jakarta, hal. 20

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan lokasi penelitian

1. Jenis penelitian

ini adalah kualitatif. Dalam jenis penelitian kualitatif berkaitan dengan inkuiri naturalistik, alamiah, dan interaksionis simbolik, yang bermaksud untuk memahami tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku.¹⁹ Disini penulis lebih menekankan pada jenis penelitian kualitatif yang fokus pada kegiatan observasi. Observasi di gunakan untuk menyelidiki hubungan atau untuk menguji hipotesis.²⁰ Dengan demikian penelitian observasi disini dilakukan dengan bentuk eksploratif, deskriptif dan penjelasan (*explanatory atau comfirmatory*)

Penelitian kualitatif sebagaimana yang telah di sebutkan menekankan observasi, karena itu di perlukan lokasi penelitian. maka tentu saja penelitiannya di kategorikan sebagai field research yakni penelitian lapangan. Sugiono menyatakan bahwa pada umumnya penelitian lapangan dilaksanakan dengan metode observasi yang bertujuan untuk menemukan kejadian kejadian relatif,

¹⁹ lexy j, moleong. Metode penelitian kuantitatif (cet. VIII; Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hal.6

²⁰ Bambang Sugiono, metode penelitian observasi (bandung, alfabeta 2009), hal 8

distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel berdasarkan penyelidikan secara langsung pada lokasi yang dijadikan sebagai sasaran penelitian.²¹

2. Lokasi Penelitian

yakni di Kantor KPPU Kota Makassar, Kantor Dinas Perindustrian dan perdagangan dan pedangan klontongan.

B. Pendekatan penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian diarahkan kepada pengungkapan pola pikir yang dipergunakan peneliti dalam menganalisis sasarannya atau dalam ungkapan lain pendekatan ialah disiplin ilmu yang di jadikan acuan dalam menganalisis objek yang di teliti sesuai dengan logika ilmu itu. Metode pendekatan biasanya disesuaikan dengan bidang profesi peneliti, namun tidak tertutup ketidakmungkinan peneliti menggunakan multidisipliner,²² dengan menonjolkan pendekatan sosiologis, hukum dan yuridis. Adapun yang di maksud dengan pendekatan sosiologis yaitu pendekatan yang menganalisa kondisi sosial masyarakat secara keseluruhan antara orang-orang dalam masyarakat. Di dalam menelaah masyarakat, manusia akan banyak berhubungan dengan kelompok-kelompok orang sosial, baik yang kecil seperti kelompok keluarga, atau kelompok desa, masyarakat kota, bangsa dan lain-lain. Dalam kelompok tersebut merupakan tempat kekuatan-kekuatan sosial berhubungan, berkembang, mengalami

²¹ Bambang Sugiono, metode penelitian hukum: *penerapannya dan strategi yang digunakan* (cet.1; bandung: alfabeta, 2010), hal. 7

²² UIN Alauddin Makassar, *pedoman penulisan karya ilmiah*; makalah, skripsi, tesis, disertasi, edisi revisi (makassar: Alauddin press 2013) hal. 11.

disorganisasi, memegang peranan dan seterusnya, sehingga menimbulkan pola pergaulan yang dinamakan interaksi sosial.²³ Pergaulan tersebut menghasilkan pandangan-pandangan mengenai kebaikan dan keburukan. Dengan pendekatan sosiologis sangat membantu dalam penelitian untuk memahami Bagaimana peran pemerintah dalam menyeimbangkan antara minimarket dan pasar tradisional

Disamping pendekatan sosiologis, digunakan pula pendekatan hukum yuridis yang karena masalah yang di teliti adalah tentang tugas jurusita yang berkaitan dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku maka kaidah yang di gunakan adalah syariah dan fikih. Disamping itu tentunya, digunakan pendekatan teologis normatif.²⁴ Pendekatan syariah dan fikih digunakan untuk menemukan bagaimana esensi perkara yang di tangani oleh jurusita di kantor pengadilan agama takalar. Selanjutnya digunakan pendekatan teologis normatif untuk mengetahui kesesuaian ajaran islam dan adat atau norma_norma yang berlaku dalam menyelesaikan perkara di KPPU

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer bersumber dari Pegawai yang berwenang di Kantor KPPU,

Selain data primer, di perlukan pula data sekunder yang tidak kalah pentingnya dan sangat menentukan validitas penelitian. Sumber sekunder Pendapat pendapat masyarakat dijadikan informan sesuai kebutuhan. Data

²³ Soerjono Soekanto, *sosiologi suatu pengantar* (jakarta: Raja Grafindo Persada 2007), hal. 102.

²⁴ *Metodologi Penelitian Kualitatif* (yogyakarta: rake saarasin, 1996), hal.107

sekunder lainnya adalah bahan-bahan tertulis, buku, majalah, sumber dari arsip, dokumen resmi tentang kejurusitaan di lingkungan pengadilan Agama takalar

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas dan hasil penelitian, yaitu kualitas-kualitas pengumpulan data dan instrumen penelitian. Kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang di gunakan untuk mengumpulkan data yang ditemukan di lapangan, sedangkan kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan rehabilitas instrumen.

Adapun metode pengumpulan data sekaligus prosedur yang dilakukan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini, terdiri atas pengamatan/observasi, interview/wawancara, dan dokumentasi

1. Pengamatan/observasi

Pengamatan atau observasi adalah pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi mengenai tentang persaingan usaha minimarket dan pedagang klontong di kota makassar

2. Wawancara/interview

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan data awal yang berkaitan dengan permasalahan yang harus di teliti dan untuk mendapatkan informasi yang akurat di lapangan terhadap beberapa permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini

dilakukan dengan wawancara terstruktur.²⁵ Sebagai objek informan yang di wawancarai dalam penelitian ini adalah Pegawai yang berwenang di KPPU, wawancara dibutuhkan untuk menggali informasi seputar permasalahan permasalahan apa yang di alami oleh jurusita tersebut, data hasil wawancara dipergunakan sebagai alat untuk menambah dan memperkuat analisis hasil penelitian ini.

E. Instrumen Penelitian

Instruemn penelitian merupaka alat sarana dan pedoman khusus yang digunakan dalam penelitian, dalam penelitian ini, istrumen yang digunakan dalam melakukan observasi yaitu *check list*, *rating scale*, *anacdotal record* dan *mechanical device*, catatan berkala

- a. Check list, merupakan suatu daftar yang berisikan nama-nama responden dan faktor-faktor yang akan di amati
- b. Rating scale, merupakan instrumen untuk mencatat gejala menurut tingkatan-tingkatannya
- c. Anecdotal record, merupakan catatan yang dibuat oleh peneliti mengenai kekuatan kekuatan luar biasa yang dilakukan oleh responden
- d. Mechanical device, merupakan alat mekanik yang digunakan untuk memotret peristiwa-peristiwa tertentu yang di tampilkan oleh responden²⁶

²⁵ winarto suracmad, pengantar penelitian ilmiah (Bandung, tarsito, 2009) hal. 157.

²⁶ Winarto surachmad, pengantar penelitian ilmiah. hal. 257-258

F. Teknik pengolahan dan analisis data

Setelah proses memperoleh data dari hasil observasi wawancara dan dokumentasi, langkah selanjutnya adalah mengklasifikasi data sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemudian data tersebut disusun dan diolah dengan metode analisis data yang di perlukan sehingga ditemukan kesimpulan penelitian yang akurat. Metode analisis data yang dimaksud disini adalah jalan yang ditempuh untuk mendapatkan ilmu pengetahuan ilmiah dengan mengadakan pemerincian terhadap objek yang diteliti atau cara penanganan terhadap suatu objek ilmiah tertentu dengan jalan memila-milah antara pengertian yang satu dengan pengertian yang lain guna memperoleh kejelasan mengenai halnya.²⁷ Setelah itu, perlu di lakukan pengolahan lebih lanjut dalam bentuk telaah atau studi kritis guna penajaman dan objektiftas akurat data.

Metode pengolahan data yang di lakukan, berdasarkan pada metode deskriptif, yakni sebuah metode yang memdeskripsikan dan menafsirkan data yang ada, misalnya tentang sesuatu yang diteliti, satu hubungan kegiatan, pandangan, sikap yang nampak atau proses yang sedang berlangsung.²⁸ Setelah terdeskripsikan, langkah selanjutnya adalah menganalisis ulang dengan mencari faktor-faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu,²⁹ yang

²⁷ Sudarto, *metodologi penelitian filsafat* (jakarta: Rajawali perss, 1978) hal, 59

²⁸ Winartosurachmad, *pengantar metodologi penulisan ilmiah* (bandung,: CV. Carsito, 2000), h 131

²⁹ Moh Nasir *metode penelitian* (jakarta: ghalia indonesia, 1998) hal, 68

dalam penelitian ini lebih fokus pada analisa dan pengolahan data yang berkaitan dengan Asas keseimbangan dalam persaingan usaha



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Dampak Keberadaan Minimarket Terhadap Pedagang Kelontong di Kota Makassar

Maraknya Minimarket di Kota Makassar saat ini mempunyai dampak negatif bagi pedagang kelontong di sekitar minimarket tersebut. Sebelum melangkah lebih jauh, penulis akan menguraikan jenis waralaba minimarket di Kota Makassar sebagaimana tertera dibawah ini :

Table 1 : Jumlah dan jenis minimarket

No	Jenis Minimarket	Jumlah (N)	Persentase (%)
1.	Alfamart	109	50.70 %
2.	Alfamidi	29	13.59 %
3.	Indomaret	77	35.82 %
	Jumlah	215	100 %

Sumber Data: Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Hasil Observasi, Juni 2018

sumber yang saya peroleh tahun 2018 menunjukkan jenis minimarket yang paling terbanyak adalah Alfamart dengan persentase 50.70 % diikuti oleh indomaret dengan persentase 35.82% kemudian Alfamidi 13.59 %

Berikut ini hasil wawancara dengan pedagang kelontong di sekitaran minimarket:

Table 2 : wawancara langsung dengan responden

No	Nama Toko	Lama usaha (Tahun)	pendapat		Alasan
			Setuju	Tidak	
1.	Toko satria	23		X	Kurangnya pembeli karena harga barang di klontong lebih mahal daripada di minimarket
2.	Took sumber rejeki	26		X	Barang-barang di toko tidak laku.
3.	Toko pelita	5		X	Pelanggan berkurang sehingga omzet jadi berkurang
4.	Toko nur	15		X	Usaha tidak laku sehingga harus membuka usaha lain untuk memenuhi kebutuhan lainnya
5.	Toko 109	20		X	Pengunjung berkurang dan barang dagangan tidak laku sehingga omzet yang didapatkan berkurang.

6.	Toko 17	10		X	Tidak ada, adanya minimarket dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak tersedia di toko kami.
7.	Toko H intang	20		X	Penghasilan kadang rugi
8.	Toko mariama	20		X	Banyaknya pembeli saya pindah berbelanja
9.	Toko sofia	23		X	Kurang keuntungan

Sumber Data: Hasil olah Data Primer, Juni 2018

Sumber Data hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan mewawancarai pedagang kelontong di sekitar minimarket tersebut mengaku tidak setuju dengan adanya minimarket. Dari hasil wawancara dengan pemilik **Toko Satria** (jln. Alauddin) menyatakan bahwa adanya minimarket memberi dampak pada toko yang dimilikinya dengan berkurangnya pembeli yang berbelanja di toko miliknya ditambah lagi minimarket yang sering memberikan diskon-diskon yang membuat pembeli malas berbelanja di toko miliknya karena harga yang dianggap mahal dibanding harga di minimarket. Demikian pula dengan pemilik **Toko Nur** (jln. A. Mappaodang) yang usahanya menjadi tidak laku sehingga harus membuka usaha lain agar dapat memenuhi kebutuhan hidup lainnya. Berbeda dengan pemilik **Toko 17** (jln. Buludua) yang menyatakan bahwa ia tidak memiliki dampak dari adanya waralaba minimarket dan setuju dengan adanya waralaba

minimarket tersebut. Karena adanya minimarket dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang tidak tersedia di toko miliknya.

Dari hasil wawancara dengan pedagang kelontong atas keberadaan minimarket penulis memperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3 : Tanggapan responden toko kelontong terhadap keberadaan waralaba minimarket di Kota Makassar

No	Hasil penelitian	Jumlah (N)	Persentase (%)
1.	Menyetujui	1	3.3 %
2.	Tidak menyetujui	29	96.7 %
	Jumlah	30	100 %

Sumber Data: Hasil olah data Skunder

Keberadaan waralaba minimarket di Kota Makassar dirasakan sangat mengganggu dan memberikan dampak negatif bagi perekonomian pedagang kelontong yang terletak di sekitar minimarket. Hal ini dibuktikan dengan jarak antara pelaku usaha waralaba satu dengan yang lain saling berdekatan, berhadapan, bahkan saling berdampingan. Hal ini menyebabkan berkurangnya pelanggan yang berbelanja di toko kelontong sehingga omzet yang diperoleh pedagang kelontong menjadi berkurang dan barang dagangan menjadi tidak laku yang dapat menyebabkan kerugian bagi pedagang kelontong.

B. Perkembangan Minimarket di Kota Makassar

Kota Makassar kini menjadi salah satu sasaran empuk bagi para pebisnis lokal maupun asing, terbukti kini telah banyaknya pasar modern yang kini

menjamur dimana-mana. Baik daerah perumahan bahkan sampai ke pemukiman padat penduduk. Salah satu pasar modern yang kini menjamur adalah hadirnya beberapa gerai minimarket. Perkembangan minimarket di kota Makassar seakan seperti jamur yang tumbuh dimusim penghujan.

Sejak awal tahun 2011, Makassar mulai ramai dengan kehadiran minimarket di beberapa titik wilayah dalam kota. Mulai dari yang dikembangkan oleh pengusaha lokal secara pribadi, maupun yang dikembangkan melalui sistem franchise (moderen). Maraknya perkembangan minimarket di Makassar berawal dari awal tahun 2011 dimana minimarket telah banyak yang berdiri kokoh di tengah masyarakat. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Makassar, hingga Juni 2017, terdapat 456-an lebih minimarket, 76 diantaranya tidak memiliki izin yang tersebar di beberapa lokasi di Makassar. Jumlah itu diperkirakan masih akan terus bertambah.

Berawal dari munculnya beberapa minimarket yang didirikan dan dikelola secara pribadi oleh pengusaha lokal dengan berbagai bentuk pelayanan yang ditawarkan oleh masing-masing toko, bahkan ada yang memberikan pelayanan 24 jam, perlahan menunjukkan kemajuan yang cukup memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar.

“....minimarket mulai hadir di tempat saya iniil sejak awal tahun 2011, minimarket itu adalah alfamart”³⁰

³⁰ Saifullah. 23 Tahun, Pedagang, Juli 2018

Terlihat yang paling banyak dan mendominasi minimarket di Makassar adalah Alfamart. Namun tata letak minimarket kini banyak yang menyalahi aturan yang dimana hampir di setiap titik kota dengan jarak 5 - 20 meter berdiri minimarket AlfaMart, AlfaMidi dan Indomart. Seharusnya, jarak antar minimarket dengan pasar tradisional minimal dua kilometer. Kondisi tersebut lambat laun akan menjatuhkan pasar tradisional yang di dalamnya didominasi masyarakat kecil. Kondisi tersebut disebabkan mudahnya penerbitan izin dari pemerintah kota dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag).

C. Peran Pemerintah Dalam Pengelolaan Persaingan Usaha Minimarket Dan Pasar Tradisional dalam Menyeimbangkan Eksistensi di Kota Makassar

Pemerintah Kota Makassar menetapkan jarak pembangunan antara pasar modern dan pasar tradisional sejauh 1 kilometer, untuk mengantisipasi tersisihnya pedagang pasar tradisional. Dalam catatan Disperindag Makassar, Alfamart dan Alfa Midi juga telah merencanakan mengusung program baru yakni “Gerobak Alfa” yang akan menjamah tingkat konsumen di tempat yang lebih kecil. Hal ini juga akan dikaji dampaknya terhadap perekonomian. Selama setahun lebih ini ada 83 izin usaha minimarket di Makassar, dan telah memberi kontribusi yang cukup besar bagi pendapatan asli daerah, baik itu dari izin usaha hingga peruntukan lahan. Menurut pernyataan seorang informan.

“di sekitar tempat saya tinggal sudah ada sekitar 5 gerai minimarket yang dibangun, minimarket tersebut adalah 3 gerai alfamart dan 2 gerai indomart”³¹

Di Kota Makassar saat ini yang mendominasi pendirian minimarket adalah Alfamart yang sudah mencapai beberapa gerai. Akan tetapi indomart sendiri seakan tidak ingin kalah bersaing, bahkan di setiap sudut kota Makassar tidak jarang kita menemui Alfamart, Indomart, Alfamidi, Bahkan Alfa expres yang saling berdekatan, menurut pernyataan seorang informan.

“di Kelurahan ini ada minimarket yang saling bersebelahan, minimarket itu adalah alfamidi dan indomart yang saling bersebelahan, bahkan saya biasanya bingung harus belanja dimana karena pelayanannya juga sama-sama memuaskan dan disuguhi dengan musik yang membuat para konsumen betah berlama-lama di dalam”³²

Sepanjang tahun 2018 kini semakin marak pendirian gerai-gerai minimarket di Kota Makassar , terbukti kini bertambahnya jumlah minimarket di setiap sudut kota sepanjang tahun ini. Akan tetapi banyak pendirian minimarket yang tanpa izin dari pemkot sehingga pendirian minimarket ini bisa dikatakan liar dan melanggar aturan. Menurut pernyataan seorang informan.

“banyak saya lihat sekarang minimarket yang dibangun tanpa izin usaha karena semakin maraknya pembangunan minimarket ini, pemerintah Kota Makassar selama ini terkesan sengaja membiarkan pembangunan minimarket modern sehingga jumlahnya semakin banyak.”

³¹ Nanda . 22 tahun, mahasiswa, Juli 2018

³² Adnan, konsumen, 19 tahun, Juli 2018

Bahkan, seorang informan dengan tegas menyatakan agar pemerintah membongkar paksa minimarket yang disinyalir tak memperoleh izin pendirian. Pandangan ini muncul mengingat adanya kemudahan dari pihak-pihak terkait dalam meloloskan izin pendirian kepada pemilik usaha ritel moderen tanpa mempertimbangkan dokumen analisa sosial ekonomi kemasyarakatan di daerah setempat. Menurut pernyataan seorang informan.

“ seharusnya itu minimarket dibongkar paksa saja karena mematikan usaha pedagang kecil seperti kami ini, dampaknya sampai ke kami karena itu minimarket jaraknya dekat sekali, bahkan saling berhadapan dengan toko kelontong saya.”³³

Dalam keadaan demikian, harapan mereka masih bertumpu kepada pemerintah kota. Mayoritas mereka 86% menuntut agar pemerintah bersegera membatasi pendirian minimarket moderen dan mengatur zonasinya. Sehingga tidak ada lagi minimareket yang dibangun secara liar dan berharap jarak dari minimarket dan Toko Kelontong tidak saling berdekatan.

1. Kebijakan Pemerintah dalam Pendirian Minimarket

Hadirnya sebuah kebijakan tidak menutup beragam dugaan serta pendapat yang menyertainya, dengan mengatasnamakan kepentingan umum, kebijakan diberlakukan pada masyarakat. Namun tidak sedikit anggapan bahwa hadirnya suatu kebijakan merupakan suatu kemenangan kelompok tertentu. Mengatasnamakan penertiban, namun yang senyatanya terjadi justru pengusuran.

³³ H. Kasim. 35 Tahun, Pedagang. Juni 2018

Kemudian kebijakan akan mengarahkan kembali pada perdebatan mengenai nilai-nilai keadilan serta partisipasi politik dalam prosesnya.

Sejauh mana efektifitas mampu menyelesaikan masalah dapat dilihat dari efek yang dimunculkannya. Dari sistem sederhana yang menggambarkan bagaimana proses pembuatan kebijakan secara sederhana bekerja dalam sebuah sistem politik. Pada awalnya kelompok aktor infrastruktur politik memberikan masukan kebijakan. Kemudian input kebijakan tersebut akan melewati tahap selanjutnya, yakni proses konversi. Di dalam proses konversi, dimana Easton menyebutnya sebagai Blackbox akan menghasilkan output berupa kebijakan. Di dalam pelaksanaan kebijakan akan dilihat reaksi yang hadir terhadap kebijakan tersebut. Apakah kebijakan tersebut mendapat respon yang baik dalam masyarakat, ataukah mendapat penolakan. Reaksinya pun beragam, bisa dalam bentuk pernyataan sikap penolakan, aksi massa, hingga pelanggaran terhadap kebijakan yang dijalankan.

Kebijakan tentang pendirian minimarket tentu hal yang penting yang harus di perhatikan oleh pemerintah, namun pendirian minimarket belum memiliki perda yang dikhususkan untuk minimarket, kebijakan tentang pendirian minimarket belum disebutkan dengan jelas, pendirian minimarket masuk dalam peraturan daerah nomor 15 tahun 2009 tentang Perlindungan, pemberdayaan pasar tradisional dan *penataan pasar modern* dan Peraturan presiden 112 tahun 2007. Yang dimana penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Pendirian minimarket yang disebut dalam peraturan presiden 112 tahun 2007

Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2007 menyebutkan bahwa keuntungan besar bagi pengusaha ritel modern untuk membangun kuasa pasar (*market power*). Pemerintah kota, menurut ketentuan peraturan presiden dan perda, memiliki kuasa memberikan izin usaha kepada pengusaha. Beberapa dinas yang berhubungan satu sama lain sebelum lahirnya izin adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Tata Ruang dan Bangunan, Kantor Perizinan, dan Dinas Perhubungan untuk analisis kelancaran lalu lintas dalam pembangunan tempat usaha. Untuk minimarket, izin yang diperlukan adalah Izin Usaha Toko Modern (IUTM). Hanya saja, kuasa izin ini tidak dijalankan sebagaimana mestinya. karena izin usaha yang tidak diindahkan oleh disperindag seperti rekomendasi penghentian sementara izin usaha minimarket itu untuk mendukung kajian ekonomi mengenai kehadiran minimarket yang banyak menjamur di Makassar, khususnya yang berdekatan dengan usaha lokal, akan tetapi masih saja beberapa gerai minimarket yang baru ditemukan di setiap Kecamatan.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Makassar telah menerbitkan 1.994 izin usaha baru dalam setahun terakhir. Dari jumlah tersebut, perizinan didominasi pendirian mini market. Dalam pasal 13, Perpres 112, tertuang ketentuan mengenai permintaan IUTM, dimana pemohon wajib melengkapinya dengan studi kelayakan termasuk analisis mengenai dampak lingkungan, terutama aspek sosial budaya dan dampaknya bagi pelaku

perdagangan eceran setempat dan rencana kemitraan dengan Usaha Kecil. Tetapi ketentuan ini dihilangkan dalam Perda Makassar nomor 15 tahun 2009, dimana ketentuan pengadaan itu menjadi pengecualian bagi minimarket. Akibat dari dihilangkannya perda Makassar nomor 15 tahun 2009 ini kini dampaknya mulai dirasakan oleh pedagang kecil, karena minimarket kini yang kian menjamur dimana-mana.

Adanya tambahan bunyi ‘selain minimarket’ itu “dimana baik Perpres 112/2007 maupun Permendag nomor 53/2008 tidak mengecualikannya” maka tentu pihak anggota legislatif maupun pemerintah kota mempunyai alasan. Namun, jawaban itu belum ditemukan juga. Hanya saja, dengan munculnya bunyi itu dalam perda ini (tanpa acuan peraturan di atasnya) sangat dipastikan menguntungkan pengusaha minimarket dan di sisi lain merugikan Pedagang Kelontong di sekitarnya. Dengan menggunakan kerangka pikir ‘*rational choice thinkers*’ dimana setiap orang akan “*bertindak secara rasional*” memaksimalkan keuntungan dengan meminimalkan kerugian’ maka besar kemungkinan pengecualian itu lahir akibat persekongkolan pengusaha-penguasa dalam penyusunan kebijakan publik. Seorang informan dengan tegas menyatakan agar pemerintah membongkar paksa minimarket yang disinyalir tak memperoleh izin pendirian. Pandangan ini muncul mengingat adanya kemudahan dari pihak-pihak terkait dalam meloloskan izin pendirian kepada pemilik usaha ritel moderen tanpa mempertimbangkan dokumen analisa sosial ekonomi kemasyarakatan di daerah setempat.

b. Peraturan daerah nomor 15 tahun 2009

Peraturan Daerah Nomor 15 Tahun 2009 menimbang bahwa perekonomian Indonesia disusun berdasarkan asas kekeluargaan dengan tujuan utama tercipta adanya kesejahteraan bagi seluruh rakyat bahwa pasar tradisional merupakan wadah membangun dan mengembangkan perekonomian bagi usaha kecil, menengah dan koperasi sebagai pilar perekonomian yang disusun berdasarkan atas asas kekeluargaan maka dipandang perlu perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional dan penataan pasar modern agar pasar tradisional dapat berkembang dan bersaing secara serasi, selaras serta bersinergi ditengah-tengah pesatnya pertumbuhan pasar modern di Kota Makassar bahwa untuk maksud tersebut, perlu ditetapkan Peraturan Daerah tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Modern Di Kota Makassar.

Menetapkan Peraturan tersebut menyebutkan bahwa Perlindungan, pemberdayaan pasar tradisional dan penataan pasar modern Kota Makassar.

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan Yang disebutkan dalam pasal

1:

1. Kota adalah Kota Makassar;
2. Walikota adalah Walikota Makassar;
3. Pemerintah Kota Makassar selanjutnya disingkat Pemerintah Kota adalah perangkat kota sebagai unsur penyelenggara Pemerintah Kota Makassar;

4. Perlindungan adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dari persaingan yang tidak sehat dengan pasar modern, toko modern dan sejenisnya, sehingga tetap eksis dan mampu berkembang menjadi lebih baik sebagai layaknya suatu usaha;
5. Pemberdayaan adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi agar tetap eksis dan mampu berkembang menjadi suatu usaha yang lebih berkualitas baik dari aspek manajemen dan fisik/tempat agar dapat bersaing dengan pasar modern;
6. Penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu daerah, agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada;
7. Pasar adalah area tempat jual beli barang dan atau tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pasar tradisional maupun pasar modern dan/atau pusat perbelanjaan, pertokoan, perdagangan maupun sebutan lainnya;
8. Pasar Tradisional adalah Pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar – menawar;

9. Pasar Induk adalah pasar yang merupakan pusat distribusi yang menampung hasil produksi petani yang dibeli oleh para pedagang tingkat grosir kemudian dijual kepada para pedagang tingkat eceran untuk selanjutnya diperdagangkan dipasar-pasar eceran diberbagai tempat mendekati para konsumen;

10. Pasar penunjang adalah bagian dari pasar induk yang membeli dan menampung hasil produksi petani yang berlokasi jauh dari pasar induk yang bertugas sebagai penampung sementara karena komoditi yang berhasil ditampung akan dipindahkan ke pasar induk untuk selanjutnya dilelang ke pedagang tingkat eceran;

11. Pasar Modern adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta, atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Pusat Perbelanjaan, seperti *Mall*, *Plaza*, dan *Shopping Centre* serta sejenisnya dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti;

12. Toko adalah tempat usaha atau bangunan yang digunakan untuk menjual barang dan/atau jasa secara langsung dan terdiri dari hanya satu penjual;

13. Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departemen store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan;

14. Pertokoan adalah kompleks toko atau deretan toko yang masing-masing dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha;

15. Toko Serba Ada (TOSERBA) adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan berbagai macam barang kebutuhan rumahtangga dan kebutuhan sembilan bahan pokok yang disusun dalam bagian yang terpisah-pisah dalam bentuk kounter secara eceran;

16. Minimarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri (swalayan);

17. Supermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen dengan cara pelayanan mandiri;

18. Hypermarket adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga termasuk kebutuhan sembilan bahan pokok secara eceran dan langsung kepada konsumen, yang di dalamnya terdiri atas pasar swalayan, toko modern dan toko serba ada, yang menyatu dalam satu bangunan yang pengelolaanya dilakukan secara tunggal;

19. *Mall* atau *Super Mall* atau Plaza adalah sarana atau tempat usaha untuk melakukan perdagangan, rekreasi, restorasi dan sebagainya yang diperuntukkan bagi kelompok, perorangan, perusahaan, atau koperasi untuk melakukan penjualan barangbarang dan/atau jasa yang terletak pada bangunan/ruangan yang berada dalam suatu kesatuan wilayah/tempat;

20. Pusat perdagangan (*trade centre*) adalah kawasan pusat jual beli barang kebutuhan sehari-hari, alat kesehatan, dan lainnya secara grosir dan eceran serta jasa yang didukung oleh sarana yang lengkap yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha;

21. Kemitraan adalah kerjasama usaha antar usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dengan usaha skala besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan yang dilakukan oleh penyelenggara usaha skala besar, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan;

22. Sektor informal adalah unit usaha berskala kecil yang menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa tanpa melalui izin operasional dengan tujuan utama untuk menciptakan kesempatan kerja dan penghasilan bagi dirinya sendiri dengan tidak memiliki tempat berjualan yang menetap;

23. izin adalah dokumen yang sah yang diterbitkan oleh Walikota untuk dapat melaksanakan usaha pengelolaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern;

24. Izin Usaha Pengelolaan Pasar Tradisional selanjutnya disebut IUP2T;

25. Izin Usaha Pusat Perbelanjaan selanjutnya disebut IUPP;

26. Izin Usaha Toko Modern selanjutnya disebut IUTM.

Sebagai yang disebutkan dalam pasal 5 tentang kebijakan pemerintah dalam pendirian minimarket, yang menyebutkan bahwa :

1. Usaha pasar modern bisa berupa pusat perbelanjaan dan sejenisnya, toko modern, seperti: *minimarket*, *supermarket*, *department store*, *hypermarket*, dan nama lainnya, yang dikelola secara modern;

2. Usaha toko modern terdiri atas beberapa golongan sebagai berikut:

a. *Minimarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko sampai dengan 400 m² (Empat Ratus Meter Persegi);

b. *Supermarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko diatas 400 m² sampai dengan 5000 m² (Lima Ribuh Meter Persegi);

c. *Hypermarket* adalah toko modern dengan luas lantai toko di atas 5.000 m² (Lima Ribuh Meter Persegi);

d. *Department Store* adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 400m² (Empat Ratus Meter Persegi);

e. Pusat perkulakan adalah toko modern yang luas lantai toko di atas 5.000 m² (Lima Ribuh Meter Persegi).

3. Sistem penjualan dan jenis barang dagangan Pasar Modern dan Toko Modern, ditentukan sebagai berikut :

a. *Minimarket*, *Supermarket* dan *Hypermarket* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk makanan dan produk rumah tangga lainnya;

b. *Department Store* menjual secara eceran barang konsumsi terutama produk sandang dan perlengkapannya dengan penataan barang berdasarkan jenis kelamin dan/atau tingkat usia konsumen;

c. Pusat perkulakan menjual secara grosir barang konsumsi.

Aturan tentang minimarket dalam pasal 5 ayat (4) berbunyi 'minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/perkotaan.

Adapun bunyi diktum dalam pasal 7 perda tersebut secara keseluruhan berbunyi: Pendirian Pasar Tradisional atau Pusat Perbelanjaan atau Toko Modern 'selain minimarket' harus memenuhi persyaratan ketentuan peraturan perundang-undangan dan harus melakukan analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat, keberadaan pasar tradisional dan UMKM yang berada di wilayah bersangkutan (ayat 1). Kemudian, Analisa kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan Pasar Tradisional dan UMKM sebagaimana dimaksud pada ayat 1 meliputi :

- a. Struktur penduduk menurut mata pencaharian dan pendidikan,
- b. Tingkat pendapatan ekonomi rumah tangga,
- c. Kepadatan penduduk,
- d. Pertumbuhan penduduk,
- e. Kemitraan dengan UMKM lokal,
- f. Penyerapan tenaga kerja lokal,

- g. Ketahanan dan pertumbuhan Pasar Tradisional sebagai sarana bagi UMKM lokal,
- h. Keberadaan fasilitas sosial dan fasilitas umum yang sudah ada,
- i. Dampak positif dan negatif yang diakibatkan oleh jarak antara Pasar Modern dengan Pasar Tradisional yang telah ada sebelumnya, dan
- j. tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Pembangunan mini market tersebut sebelum mendirikan usahanya terlebih dahulu harus membawa izin ke kantor perizinan, ke kantor Kecamatan lalu ke Kantor Kelurahan, mereka harus merekomendasikan surat izin tersebut, menurut pernyataan Informan.

*'...itu pendirian mini market memang sudah mendapat izin dari kantor perizinan tetapi sebelum membawa surat itu memang surat itu harus terlebih dahulu direkomendasikan di kantor kelurahan supaya dapat izin dari pihak kelurahan.'*³⁴

Artinya dari pihak kelurahan tidak pernah mempersoalkan tentang hadirnya beberapa gerai mini market di tempatnya yang mengganggu beberapa Pedagang Kelontong. Mereka tidak betul-betul memperhatikan keadaan masyarakat bawah yang seakan menjerit dengan kehadiran beberapa gerai minimarket ini.

Makna suatu simbol, akibat dari batas-batas yang mencair tersebut, sangat ditentukan oleh struktur hubungan kekuasaan yang berubah. Suatu kebudayaan bagaimanapun tidak dapat dilepaskan begitu saja dari ruang dimana kebudayaan

³⁴ Cici harmita, 45 thn, Pegawai Kantor Kelurahan, Juni 2018

itu dibangun, dipelihara, dan dilestarikan, atau bahkan diubah. Persoalan yang penting di sini justru ruang yang menjadi wadah tempat kebudayaan itu berada telah mengalami redefinisi sejalan dengan tumbuhnya kota dan gaya hidup modern yang secara langsung diawali dengan perubahan rancangan ruang (Thrift, 1996; Miller, 2001).

Terlihat disini pasar telah mengendalikan negara yang mengatas namakan semua hanya untuk kebutuhan konsumen untuk membentuk ruang ruang konsumen yang sangat mencolok dalam bentuk mall, pemukiman mewah, bahkan pasar modern yang biasa disebut minimarket ini. Teori ini senada dengan yang disebutkan oleh teori kapitalisme modern Mazhab Frankurt mengatakan bahwa hal itu didasarkan pada kemakmuran dan konsumerisme.

Oleh sebab itu kini banyak beberapa pasar modern yang dibangun salah satunya adalah minimarket yang mengatasnamakan untuk kemakmuran pekerja serta kepentingan konsumen. Beberapa gerai minimarket kini terlihat banyak tersebar di manapun bahkan di tempat padat penduduk, seperti Alfamart, Alfamidi, Indomart bahkan yang lainnya. Dimana setiap cabang pasti memiliki Pusat atau markas tersendiri. Pusat kantor dari Mini market Alfa mart, Alfa midi serta Alfa Expres berada di jalan KIMA 8 Daya. Sedangkan kantor pusat dari pendirian mini market “indomart” atau biasa di sebut Markasnya, menurut penrnnyataan salah satu Informan.

‘... indomart memang mempunyai pusat/markas di jl. KIMA 10 kav A5-A5A tepatnya di dalam Pabrik Indomie yang ada di Mandai).’³⁵

Pendirian minimarket ini ternyata tidak hanya harus mendapat perizinan dari kantor perizinan, kantor kecamatan dan kantor kelurahan tetapi juga minimarket ini harus mendapat izin dari warga setempat dengan cara mengumpulkan tanda tangan persetujuan dari warga. Menurut pernyataan salah satu informan.

“sebelum dibangun ini minimarket disini, dulu ada orang yang datang minta tanda tangan persetujuan dari warga setempat, tetapi saya tidak tanda tangan karena nanti saya ji yang dirugikan, ternyata betul saya yang dirugikan sampai sekarang dengan hadirnya itu minimarket”³⁶

Pendirian beberapa gerai minimarket ini juga tentunya membutuhkan biaya yang sangat besar, termasuk untuk menyewa tempat selama beberapa tahun atau sesuai perjanjian kontrak, menurut pernyataan seorang informan ;

“itu minimarket biaya kontrkannya sampai 700 juta per 7 sampai 10 tahun”.³⁷

Bukan hanya harus mendapat izin dari pihak-pihak tertentu akan tetapi pendirian minimarket juga harus mendapat izin dari masyarakat yang tinggal di tempat tersebut. Ini adalah salah satu bentuk bahwa minimarket telah diterima oleh orang banyak.

³⁵ Aldi, 19 thn, pelajar, Juni 2018

³⁶ M. akbar, 50 tahun, Pedagang Kelontong, Juni 2018

³⁷ Wini ndrawatii, 27 tahun, pedagang, Juni 2018

D. Upaya Yang di Lakukan Pemerintah Kota Makassar dalam Mengatasi Kendala Yang di Hadapi

upaya pemerintah kota makassar dalam mengefektifkan penegakan hukum bagi perda NO 15 tahun 2009 agar sesuai dengan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 dan peraturan Presiden No 112 Tahun 2007 bahwa pemberian izin usaha diberikan kemudahan dan fasilitas secara on line dan satu pintu, di samping itu beberapa Peraturan Menteri Perdagangan (permendag) No 53/2008 Tentang pedoman penataan dan pembinaan pasar tradisional, pasar moderen dan pusat perbelanjaan, dengan permendag ini mengamanahkan adanya perdagangan wajar dan adil, untuk itu penataan bagi para pedagang baik pasar tradisional dan moderen. memerlukan suatu keadilan dalam berusaha dengan baik terutama warung-warung kecil sudah tidak nampak dalam suatu daerah pasar tradisional.

Penegakan hukum merupakan penerapan yang menyangkut membuat keputusan yang tidak secara ketat diatur oleh kaidah hukum, akan tetapi mempunyai unsur penilaian pribadi. Berdasarkan hal tersebut maka penegakan hukum sebenarnya terletak pada faktor-faktor yang mungkin mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut mempunyai arti yang netral, sehingga dampak positif atau negatifnya terletak pada isi faktor-faktor tersebut, adalah sebagai berikut.

1. Faktor hukumnya sendiri

Kebijakan yang di keluarkan Pemerintah Kota Makassar agar Perda Kota Makassar No 15 tahun 2009, dapat bisa disosialisasikan sehingga bisa selaras dengan Perpres No 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar

tradisional pusat perbelanjaan dan toko moderen, Permendag No 53/2008 serta Permenkumham No 1 Tahun 2016 Tentang PT dan kebijakan pemerintah pusat lewat kemudahan berusaha, sehingga dengan perda ini di harapkan dapat memberikan penataan dan keadilan bagi pedagang pasar tradisional dan di sisi lain dapat memberikan kemudahan dan penataan kepada pasar moderen. Tapi disisi lain Perda ini masih terdapat banyak kekurangan dalam hal penerapan dan sosialisasi nya kepada masyarakat kota makassar keberadaan perda ini dapat menjadi posisi tawar antara ritel moderen dengan pasar tradisional justru tidak maksimal dalam hal ini dpaat di lihat dengan semakin menjamurnya ritel moderen hampir ada di setiap sudut kota makassar.

Dalam pasal 8 ayat 1 perda no 15 tahun 2009 disebutkan bahwa pasar tradisional dan pasar moderen harus menyediakan tempat parkir atau area parkir yang luas serta sarana umum yang maksimal, namun disisi lain kenyataannya pasar moderen dapat membangun lahan parkir dengan leluasa dan nyaman sedangkan lahan parkir bagi pasar tradisional tidak tersedia dengan baik, begitupun dalam melakukan promosi dan sosialisasi pasar tradisional tidak pernah tersentuh dengan baik, sehingga pasar moderen dapat memberikan promosi dengan gencar sehingga masyarakat konsumen dapat melihat dnegan baik.

2. Faktor penegak hukum

Dalam seminar nasional Mudahnya berbisnis Di indonesia oleh kemenkumham pemateri dengan Prof Juajir Sumardi, di katakan bahwa Pemerintah sekarang ini giat menggalakkan investor asing masuk dengan

memberikan kemudahan dan perizinan untuk menyamai negara-negara asean dan memperbaiki posisi Indonesia dari peringkat 91 pada tahun 2016 dalam segi perizinan usaha.

Seminar ini mempunyai maksud agar terjadi keselarasan antara aturan pemerintah pusat dengan pemerintah daerah serta para penegak kebijakan baik di daerah maupun di pusat dengan tujuan perangkat dinas yang terkait dapat lebih paham tentang kebijakan penataan suatu tempat usaha, namun kenyataan di lapangan bahwa pemerintah kota makassar lebih menyerahkan pengurusan dan penguasaan pasar tradisional kepada PD pasar raya tanpa ada perbaikan dari segi manajemen keamanan dan kenyamanan suatu pasar.

3. Faktor sarana dan fasilitas yang mendukung penegakan hukum

Faktor ini sangat dominan karena tiap hari pasar tradisional mengalami kekuarangan disebabkan lahan dan sarana yang semakin berkurang, disamping itu antusias masyarakat pada pasar tradisional kurang disebabkan sarana dan prasarana dalam pasar tradisional sangat minim. Akses sarana transportasi umum kepada pasar tradisional juga sangat minim di Kota Makassar, serta buruknya fasilitas umum seperti WC dan Sarana ibadah lainnya.

Jumlah pasar tradisional di kota Makassar hanya satu per kecamatan dibanding dengan jumlah pasar moderen yang begitu menjamur hampir disudut kota makassar dengan penguasaan pangsa pasar yang sangat beragam, hal ini sering memicu kecemburuan social ditambah pasar modern memberlakukan jam operasional sampai 24 jam setiap hari dengan iming-iming harga yang sangat

bervariasi dan fasilitas dan kemudahan serta kenyamanan yang di tawarkan. Sedangkan jumlah Retail Modern Di kota Makassar Telah mencapai jumlah yang sangat banyak menurut wawancara dengan kepala Seksi ijin Dinas Perindustrian Dan perdagangan Kota Makassar di Kantor Jalan Rappocini mengatakan Jumlah ritel Modern Di Makassar telah mencapai 120 buah yang terdiri dari 14 kecamatan se kota Makassar.

Penyebab utama kalah bersaingnya pasar tradisional dengan pasar retail modern adalah lemahnya manajemen dan buruknya infrastruktur pasar tradisional, bukan semata-mata karena keberadaan pasar retail modern. Pasar retail modern sebenarnya hanya mengambil keuntungan dari kondisi buruk yang ada pada pasar tradisional. Persoalan infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius bagi pasar tradisional adalah bangunan dua lantai yang kurang populer di kalangan pembeli, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara. Belum lagi ditambah semakin menjamurnya pedagang kaki lima yang merugikan pedagang yang berjualan di dalam pasar di mana mereka harus membayar penuh sewa dan retribusi.

4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan di mana hukum tersebut berlaku atau diterapkan

Alasan yang sering keluar dari konsumen ketika menjawab pertanyaan mengapa mereka memilih pasar retail modern, adalah karena praktis dan nyaman.

Hal ini yang tentunya perlu menjadi perhatian pasar tradisional, di mana mereka seharusnya mengkondisikan pasar sebagai tempat yang nyaman, aman dan menyenangkan untuk berbelanja.

Ada beberapa strategi pasar retail modern yang semakin meraih hati konsumen, seperti fasilitas belanja yang nyaman dan menarik, diskon, hadiah dan beberapa promosi lainnya. Di antara strategi yang patut diperhatikan adalah adanya penerapan harga di bawah biaya marginal (predatory price) untuk jenis barang tertentu. Strategi menetapkan harga di bawah biaya marginal sebenarnya merupakan kegiatan yang dilarang karena akan menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat, selain itu ada pihak pasar ritel moderen yang membuka usaha sampai 24 jam Dalam persepsi publik tentang persaingan usaha khususnya tentang pasar moderen menyebabkan timbulnya persepsi bahwa :

1. Survei di beberapa kota besar Di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, medan dan Makassar menunjukkan bahwa kepercayaan dan ketahuan dan kesukaan masyarakat terhadap pasar moderen semakin meningkat daritahun ketahun.
2. Hal yang perlu di tanamkan kepada masyarakat bahwa persaingan yang sehat dapat memicu investasi dan munculnya banyak pelaku usaha sehingga tercipta kesejahteraan.

5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia dalam pergaulan.

Dalam hal ini karena masyarakat perkotaan sangat menyukai perubahan dan pola hidup moderen dengan lebih senang berbelanja ke retail moderen dengan berbagai macam Alasan Masyarakat Lebih Menyukai Belanja di Retail Moderen Adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga di bawah biaya marginal di satu sisi akan menguntungkan konsumen dalam jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sangat merugikan pesaing. Strategi yang tidak sehat ini pada umumnya beralasan bahwa harga yang ditawarkan merupakan hasil kinerja peningkatan efisiensi perusahaan. Oleh karena itu, hal ini tidak akan terdeteksi sampai pesaing dapat mengukur dengan tepat berapa harga terendah yang sesungguhnya dapat ditawarkan pada konsumen. Pihak yang menerapkan strategi ini akan menyerap pasar (konsumen) yang lebih besar dikarenakan berpindahnya konsumen pada penawaran harga yang lebih rendah, sementara pesaingnya akan kehilangan konsumen. Pada jangka yang lebih panjang, pelaku predatory pricing akan dapat bertindak sebagai monopoli.
2. Praktek yang pernah terjadi adalah pasar retail modern berusaha menurunkan harga untuk komoditi tertentu yang dicari konsumen di bawah biaya marginal yang juga jauh di bawah harga pasar tradisional, meskipun mereka menaikkan harga untuk komoditi lainnya di atas harga pasar tradisional sebagai konsekuensi dari subsidi silang. Sayangnya,

konsumen tidak jeli melihat hal ini sehingga merasa ada satu barang yang murah, maka yang lainnya juga dianggap murah.

3. Persaingan usaha yang ketat antara sesama pasar retail modern semakin menguntungkan konsumen karena mereka dimanjakan dengan berbagai fasilitas kenyamanan berbelanja dan harga barang belanjaan yang lebih murah. Persaingan ini tidak hanya terdapat di kota-kota besar yang menyajikan berbagai macam pasar retail modern mulai dari minimarket, supermarket, hypermarket, hingga mall, tetapi juga terdapat di kota-kota kecil dan pedesaan. Contoh yang paling nyata adalah persaingan ketat antara Alfamart dan Indomaret yang menyajikan berbagai promo dalam bentuk hadiah, potongan harga, parkir gratis dan berbagai terobosan lainnya untuk menarik hati konsumen. Jika sudah demikian, maka pasar tradisional akan semakin ditinggalkan karena konsumen lebih tertarik dengan 'ide-ide kreatif' yang ditawarkan oleh pasar retail modern demi untuk memanjakan konsumennya.

1. Berbelanja di Ritel Modern lebih aman higienis dan menjadi tren masyarakat perkotaan ekonomi menengah keatas
2. Tempat parkir yang luas, nyaman serta pelayanan yang maksimal
3. Semua barang yang di butuhkan berada dalam satu tempat sehingga mudah terjangkau dan dilengkapi Fasilitas Umum, Atm, Musollah, dan bersih disertai fasilitas umum untuk anak-anak dalam bermain.

Peningkatan taraf hidup masyarakat membutuhkan ketersediaan berbagai macam barang yang lengkap dari kebutuhan primer, sekunder hingga tersier. Masyarakat juga membutuhkan fasilitas pendukung dalam berbelanja sehingga mereka merasakan kenyamanan, kebebasan,

keamanan, harga murah dan kualitas yang baik. Dalam banyak kasus, kenyamanan berbelanja menjadi alasan utama konsumen untuk beralih dari pasar tradisional menuju pasar retail modern. Oleh karena itu, perlu ada strategi yang serius untuk menata pasar sehingga pasar tradisional semakin terasa nyaman bagi konsumen

Kini yang dipermasalahkan bukanlah kecenderungan pertumbuhan sektor ini saja, tetapi tak terlekkkan pula bahwa model pasar rakyat dalam sosoknya seperti sekarang akan menciut digantikan sosok pasar atau pengecer moderen. Namun tak berarti bahwa pasar tradisional tak memiliki hak hidup dan oleh karena itu harus disingkirkan dengan paksa, kita harus memiliki keberpihakan terhadap yang tak berdaya atau bermodal kecil. Setiap warga negara harus memperoleh hak atas ekonomi dan hak sosial

E. Persoalan Yang di Hadapi Oleh Pedagang Kelontong

Terdapat beberapa hal yang menjelaskan bahwa ada banyak toko atau kios-kios kecil yang terkena dampak minimarket. Pertama, harga, dimana minimarket banyak memberi potongan-potongan harga yang membuat harga barang tersebut relative lebih murah. Kedua, fasilitas, dimana minimarket memiliki fasilitas-fasilitas yang lebih seperti AC dan Musik yang membuat konsumen merasa betah untuk belanja di tempat tersebut. Ketiga, yang paling penting adalah pelayanan terhadap konsumen yang dimana Minimarket memberikan pelayanan yang sangat bagus, misalnya: kesopanan, penyambutan, sampai dengan mencarikan barang yang diinginkan oleh konsumen.

Pedagang Kelontong menurut pengertian saya adalah mereka yang menjual kebutuhan rumah tangga atau menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang dimana tata letak barangnya yang kadang tidak beraturan atau bahkan banyak barang yang sudah berdebu akan tetapi belum kadaluarsa. Hadirnya minimarket kini seakan menjadi salah satu ancaman bagi pedagang kelontong, akan tetapi pedagang harus tetap eksis agar tetap bertahan.

Eksistensi dari mini market ini ternyata telah berdampak sangat besar bagi pedagang kelontong, kehadirannya telah membawa kesengsaraan bagi pedagang kelontong bahkan akan mematikan usaha mereka. Kini mini market telah menjamur dimana-mana bahkan telah memasuki daerah padat penduduk. Begitu banyak persoalan yang dihadapi pedagang kelontong setelah menjamurnya beberapa gerai minimarket di daerah mereka tinggal. Dari hasil penelitian adapun persoalan yang dihadapi adalah :

a. Berkurangnya Konsumen Yang Berbelanja di Toko Kelontong

Dengan adanya minimarket diantara Toko/warung kelontong maka kecenderungan konsumenpun akan timbul untuk memilih tempat untuk berbelanja. Konsumen memandang minimarket sebagai tempat yang menarik untuk berbelanja dibanding dengan toko-toko kecil yang ada disekitarnya, karena konsumen lebih memilih pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut. Hal itu menyebabkan konsumen banyak yang beralih ke Minimarket. Menurut pernyataan seorang informan.

“sejak hadir ini minimarket awal tahun 2011 lalu, kini sudah banyak konsumen yang lebih memilih belanja di sana, yang kini saya rasakan berkurang konsumen yang datang kesini, tetanggapun banyak yang kesana untuk belanja karena di sana juga lebih murah barang-barangnya”³⁸

Instan, bersih dan lebih bergengsi menjadi deretan alasan mengapa masyarakat lebih menyukai berbelanja di minimarket dibandingkan dengan toko kelontong ataupun warung. Tetapi, fenomena menjamurnya minimarket yang seakan ‘menjemput bola’ ternyata tidak menyurutkan eksistensi mereka. Laksana Legenda David dan Goliath, pertarungan eksistensi antara minimarket dan toko kelontong atau warung pun sepertinya akan berlangsung lama dan seru. Menurut pernyataan konsumen.

‘barang-barang yang tidak laku itu sekarang kebanyakan indomie dengan susu formula, konsumen lebih memilih belanja di mini market karena lebih murah di sana’³⁹

Itulah sederet alasan kenapa konsumen lebih senang berbelanja di mini market, jika dibandingkan dengan belanja di warung atau di toko kelontong, dimana tempatnya yang tataan barangnnya tidak beraturan, barang-barang yang kadang berdebu karena jarang di bersihkan (tetapi belum kadaluarsa), serta alasan-alasan lain kenapa konsumen lebih senang berbelanja di mini market

³⁸ H.Intan, 42 Tahun, pedagang, Juni 2018

³⁹ Sitti. Maryam. 42 tahun, Pedagang, ,Juni 2018

Harga yang lebih murah tentu salah satu alasan mengapa konsumen lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan harus berbelanja di Toko/warung kelontong, serta alasan kenyamanan dan tempat yang bersih juga.

Banyaknya gerai minimarket yang tersebar di wilayah Kota Makassar ternyata mendapat banyak dukungan dari beberapa pihak karena itu juga sangat menguntungkan untuk beberapa pihak termasuk konsumen yang seakan dimanjakan oleh kemewahan yang mereka dapatkan, mereka seakan dimanjakan oleh kemewahan tersebut namun dengan harga yang jauh lebih terjangkau jika dibandingkan ketika mereka berbelanja di Warung Kelontong. Menurut pernyataan seorang informan,

“saya merasa senang berbelanja di minimarket, selain tempatnya yang nyaman, harganya juga lebih murah dibandingkan belanja di warung jadi tidak usah mengeluarkan uang yang banyak untuk belanja disana, yah untuk menghemat juga uang untuk kebutuhan yang lain”⁴⁰

Namun ternyata tidak semua barang yang ada di minimarket lebih murah yang dijual pedagang kelontong, ada juga beberapa harga yang lebih mahal harganya namun ternyata dengan alasan tempat yang nyaman membuat konsumen lebih memilih untuk berbelanja di minimarket, menurut pernyataan informan,

⁴⁰ Nurulafiani., 28 thn, Ibu rumah tangga, Juni 2018

“biar ada harga yang lebih mahal di minimarket tapi ternyata masih banyak juga yang belanja disana karena alasan kenyamanan belanja disana, karena ada ACnya disana dan disuguhkan dengan musik juga”⁴¹

Jika dilihat memang harga di mini market lebih murah dibandingkan yang di jual Toko Kelontong, selain untuk menghemat uang untuk kebutuhan yang lainnya konsumen juga bisa menabung akan tetapi dengan alasan kenyamanan walaupun ada harga barang yang sedikit mahal tetap saja konsumen berpaling dan lebih senang berbelanja di minimarket dibanding ke toko kelontong.

b. Berkurangnya Tingkat Pendapatan Warung/Toko Kelontong

Pada dasarnya Warung Kelontong mempunyai pendapatan yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Namun, setelah adanya Minimarket secara perlahan pendapatannya mulai berkurang seiring dengan semakin berkurangnya konsumen yang berbelanja di Toko/Warungnya. Hal ini mengakibatkan sepiya pelanggan bahkan toko kelontong tidak membuka secara penuh tokonya dan tidak jarang pula ditutup, sehingga sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang kelontong.

Kehadiran mini market ini tentu menguntungkan bagi banyak pihak tetapi tidak bagi pedagang kelontong. Setelah menjamurnya Minimarket banyak keluhan yang dirasakan pedagang kelontong salah satu adalah berkurangnya pendapatan sehingga barang-barang yang mereka jual kini banyak yang tidak laku. Menurut pernyataan seorang informan.

⁴¹ H. Intan, 42 thn, pedagang kelontong, Juni 2018

“sebelum hadir mini market biasanya pendapatanku dalam sehari sampai 100 bahkan 200rb tetapi sekarang berkurang, biasanya 50 rb saja saya dapat dalam sehari dan paling banyak itu 75rb”⁴²

Akan tetapi pedagang kelontong tidak putus asa, mereka tetap menjalankan usaha yang telah lama mereka jalani, menurut salah satu informan :

“walaupun banyak minimarket tetapi ada juga barang yang tidak dijual disana, seperti gas elpiji, atau barang-barang yang sachet seperti shampo, popok bayi, pembalut, susu, dan lain-lain, jadi masih ada barang-barang yang laku terjual”⁴³

Hadirnya beberapa gerai mini market ini ternyata adalah saingan berat yang dirasakan pedagang kelontong karena banyak barang yang kurang laku dan keuntungan mereka kini telah menurun, namun ternyata ada juga beberapa pedagang kelontong yang tidak merasakan dampak negatifnya, mereka adalah pedagang yang tempat dagangannya letaknya berada jauh dari minimarket. Menurut pernyataan seorang informan.

“tidak terlalu terasa dampaknya yang saya rasakan dengan hadirnya minimarket, karena tetangga juga berfikir terlalu jauh kalau mereka kesana, mending yang dekat mereka pilih karena sedikit juga perbandingan harganya, dari pada mereka capek-capek jalan kaki kesana”⁴⁴

⁴² H., Intan 42 tahun, Pedagang. ,Juni 2018

⁴³ H. Intan, 42 thn, Pedagang kelontong, Juni 2018

⁴⁴ A.rasyid. 24 thn, pedagang kelontong, Juni 2018

Jika dibandingkan dengan pernyataan tersebut, hadirnya minimarket tidak begitu membawa dampak bagi mereka yang letak dagangannya jauh dari minimarket, namun ternyata menurut pernyataan informan.

“walaupun tidak membawa dampak yang terlalu besar bagi dagangan saya tetapi adaji juga dampak yang saya resakan karena sekarang banyak konsumen yang saya liat berubah gaya hidupnya, setiap sebulan sekali mereka kesana untuk membeli keperluan sebulan, yang biasanya disini datang belanja, tapi sekarang sudah banyak yang ke minimarket untuk belanja keperluan sebulan jadi biasanya masih ada saja barang yang tidak laku sampai barang yang tidak laku memasuki masa kadaluarsa”⁴⁵

Pendapatan yang kini menurun membuat pedagang kelontong memutar otak agar tetap bisa menjalankan usahanya, dengan pendapatan yang pas-pasan, walaupun ada pedagang yang tidak terlalu merasakan dampaknya akan tetapi dampaknya terasa karena gaya hidup konsumen yang berubah. Para pedagangpun berkurang pendapatannya karena beberapa barang yang tidak laku ingin dijual kembali kepada distributor dengan harga murah sehingga tidak jarang mereka mengalami kerugian.

c. Menimbulkan Peluang Yang Semakin Menyempit Bagi Toko Kelontong Dalam Memaksimumkan Keuntungan.

Awalnya Toko Kelontong adalah toko kecil yang berkembang dengan baik, tetapi setelah adanya Minimarket secara perlahan mulai terancam kehadirannya karena kalah bersaing dengan Minimarket tersebut. Konsumenpun yang awalnya menjadi pelanggan pada Toko Kelontong kini beralih ke Minimarket.

⁴⁵ aifullah, 23 thn. Pedagang kelontong

Berkurangnya konsumen yang berbelanja di Toko Kelontong membuat permintaan akan barang-barang menurun. Sehingga pendapatannya juga ikut menurun seiring dengan berkurangnya konsumen yang berbelanja di Toko Kelontong ini. Hal ini menyebabkan Toko Kelontong sulit untuk memaksimalkan keuntungan dan sulit untuk mengembangkan usahanya.

Kurangnya permintaan barang yang membuat pedagang takut untuk membeli barang yang banyak, karena mereka takut barang tersebut hanya tinggal dan akan kadaluarsa sehingga mereka sendiri yang akan dirugikan. Menurut pernyataan informan.

“sekarang ini banyak barang yang tidak laku sehingga memasuki masa kadaluarsa jadi tidak saya beli lagi barang tersebut, takut tidak akan laku lagi dan saya sendiri yang akan rugi nantinya, karena kurangnya permintaan barang sekarang saya lebih sulit untuk mengembangkan usaha saya ini”⁴⁶

Adanya minimarket yang beroperasi 24 jam, juga semakin membuat pedagang resah karena mereka tidak dapat membuka toko/warung mereka 24 jam penuh, ini di akibatkan mereka juga butuh istirahat dan tidak ada yang bisa bergantian menjaga warungnya. Menurut pernyataan seorang informan.

“warung saya ini tidak bisa bersaing dengan minimarket yang beroperasi sampai 24 jam, warung saya ini biasanya tutup sampai jam 9 malam, sedang minimarket yang di sebelah itu sampai 24 jam”⁴⁷

⁴⁶ Syrif 42 tahun, pedagang, juni 2018

⁴⁷ M..Amin. 50 tahun, pedagang, juni 2018

Salah satu alasan sulitnya pedagang memaksimalkan keuntungannya adalah tidak dapat menyaingi minimarket yang buka 24 jam penuh itu karena banyak pegawai dari minimarket yang memakai sistem pembagian jam kerja. Konsumen tentu menyukai tempat berbelanja yang 24 jam karena setiap saat bisa belanja kebutuhan sehari-hari tanpa takut tidak ada lagi warung/toko yang terbuka.

F. Strategi Bertahan Pedagang Klontong

Adaptasi bisa kita sebut sebagai sebuah strategi aktif manusia dalam menghadapi lingkungannya. Adaptasi juga usaha untuk memelihara kondisi kehidupan dalam menghadapi perubahan. Dengan demikian definisi adaptasi selalu berkaitan erat dengan pengukuran, dimana tingkat keberhasilan suatu organisme dapat bertahan hidup. Sejauh mana, dapat dikenali bahwa adaptasi dapat dikatakan berhasil atau tidak.

Proses adaptasi dalam evolusi melibatkan seleksi genetik dan varian budaya yang dianggap sebagai jalan terbaik untuk menyelesaikan permasalahan lingkungan. Adaptasi merupakan juga suatu proses yang dinamik karena baik organisme maupun lingkungan sendiri tidak ada yang bersifat konstan/tetap.

Daya tahan hidup populasi tidak bekerja secara pasif dalam menghadapi kondisi lingkungan tertentu, melainkan memberikan ruang bagi individu dan populasi untuk bekerja secara aktif memodifikasi perilaku mereka dalam rangka memelihara kondisi tertentu, menanggulangi resiko tertentu pada suatu kondisi yang baru, atau mengimprovisasi kondisi yang ada. Beberapa adaptasi juga adalah kesempatan, efek dari sosial dan praktek kultural yang secara tidak sadar

mempengaruhinya. Proses adaptif yang aktual mungkin merupakan kombinasi dari ke-3 mekanisme tersebut diatas. Misalnya, variasi dalam praktek kultural mungkin meningkat karena kesempatan/tekanan pada sumber-sumber daya /group. Sehingga adaptasi bisa kita sebut sebagai sebuah strategi aktif manusia dalam menghadapi lingkungannya. Adaptasi dapat dilihat sebagai usaha untuk memelihara kondisi kehidupan dalam menghadapi perubahan. Dengan demikian definisi adaptasi selalu berkaitan erat dengan pengukuran, dimana tingkat keberhasilan suatu organisme dapat bertahan hidup.

Pedagang Kelontong tentu harus menghadapi beberapa perubahan yang terjadi di lingkungannya termasuk perubahan pasar yang terlihat saat ini, munculnya beberapa pasar modern seperti minimarket, pedagang harus mempertahankan hidup di tengah persaingan dengan pasar-pasar modern, mereka seharusnya menerapkan suatu strategi untuk tetap bertahan dan tetap melanjutkan usahanya.

Berdasarkan dari hasil penelitian menjelaskan bahwa ada beberapa strategi yang dilakukan oleh para pedagang kelontong, adapun strategi yang yang dilakukan oleh pedagang kelontong adalah;

1. Menjual/Menjajakan di Toko Semua Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam individu. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, dia akan menunjukkan perilaku

kecewa. Sebaliknya jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang menyenangkan sebagai wujud dari rasa puasannya.

Kebutuhan adalah salah satu aspek psikologis yang menggerakkan makhluk hidup dalam aktivitas-aktivitasnya dan menjadi dasar (alasan) berusaha.. Dalam model itu, ia menyatakan bahwa manusia memiliki berbagai tingkat kebutuhan, mulai dari keamanan sampai aktualisasi diri.

Kebutuhan konsumen merupakan hal yang penting bagi pemasar atau produsen karena dengan demikian bisa lebih dimengerti dan diantisipasi perilaku konsumsi. Kebutuhan adalah esensi dari konsep pemasaran modern. Bagaimana orang memenuhi kebutuhan itu perlu disimak oleh pemasar atau produsen, karena hal tersebut memiliki makna yang lebih dalam dari pada sekadar konsep pemasaran modern.

Melengkapi kebutuhan konsumen tentu hal yang penting yang harus dilakukan oleh pedagang kelontong, konsumen akan merasa diperhatikan kebutuhannya sehingga konsumen merasa nyaman berbelanja di tempat itu dan berfikir untuk tetap datang ke tempat tersebut. Strategi ini guna mempertahankan usaha pedagang kelontong agar tidak gulung tikar. Strategi ini tentu saja untuk menguntungkan konsumen agar para konsumen masih ingin menjadi pelanggan tetap. Menurut pernyataan informan,

“ strategi yang biasa saya lakukan supaya tetap pelangganku atau paling tidak masih mau datang berbelanja disini, barang-barang yang tidak ada di tempatku saya pergi cari yang biasa dicari konsumen atau tetangga, kalau sudah adami itu barang saya beli, saya promosikan di tetangga kalau adami barangnya saya jual yang dia

cari supaya tetangga tidak banyakmi yang pergi ke minimarket untuk belanja karena faktor kurang barang juga yang buat tetangga pergi belanja di minimarket”⁴⁸

Dari pernyataan informan tersebut, terlihat adanya faktor kepedulian yang ditujukan pedagang untuk para konsumen, perhatian ini ini ditujukan agar konsumen menyadari bahwa mereka peduli terhadap kebutuhan-kebutuhan pelanggannya.

Memperhatikan kebutuhan konsumen tentu hal yang sangat penting dilakukan pedagang agar konsumen merasa nyaman berbelanja di tempatnya, bukan hanya ingin membuat konsumen merasa nyaman akan tetapi konsumen akan merasa puas jika melihat ternyata pedagang kelontong juga memperhatikan kebutuhan-kebutuhan yang mereka perlukan.

2. Pelayanan yang baik dan memberi kemudahan dalam bentuk mengerti kebutuhan konsumen

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi pedagang kelontong.

⁴⁸ saifullah, 23 thn, Pedagang, juni2018, juni2018

Pelayanan yang baik sudah pasti akan membuat konsumen merasa puas bila berbelanja di suatu tempat tertentu terutama bila berbelanja di warung/toko kelontong, kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya.

Strategi yang selanjutnya yang dilakukan pedagang kelontong adalah mereka ingin memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya, walaupun pelayanan di minimarket masih lebih nyaman dirasakan konsumen akan tetapi mereka tetap berusaha menerapkan suatu strategi untuk tetap bertahan. Sesuai dengan pernyataan informan bahwa :

“ strategi yang biasa saya lakukan, kalau ada biasa konsumen yang datang kesini saya bersikap ramah sama mereka melayani permintaan mereka, apalagi kalau yang datang tetangga, biasa juga tetangga datang kesini untuk mengutang jadi saya kasih pinjam saja biar laku barang-barang karena dibayar ji sebentar, besok bahkan biasa satu bulan pi dibayar ”⁴⁹

Dari pernyataan informan tersebut, kita dapat melihat bahwa pelayanan yang diberikan pedagang adalah dengan cara memberi utang kepada pelanggannya karena di minimarket tentu tidak dapat memberikan pelayanan seperti itu. Pelayanan itu sudah pasti menguntungkan kedua pihak tersebut, pedagang kelontong barangnya bisa laku dan konsumen sendiri bisa memakai barang dan diberi waktu untuk bisa membayar jika tidak mempunyai uang.

⁴⁹ M.Amin, 50 tahun, Pedagang Kelontong, juni 2018

Melihat pertimbangan rasionalnya dan analisis ini dengan menghubungkan dengan konsep atau teori, pada kebudayaan Bugis – Makassar menjaga hubungan baik dengan cara resiprositas/hubungan timbal balik. Hubungan timbal balik ini yang saling menguntungkan atau berdampak pada kelanggengan distabilitas pola-pola hubungan sosial dan ini berarti bahwa pedagang kelontong dapat mempertahankan pelanggannya dengan cara melakukan hubungan timbal balik.

3. Strategi Budaya/Membangun Pemikiran Yang Baik Dengan Konsumen

Menjalin hubungan baik tentu hal yang perlu dilakukan pedagang kelontong, saling berinteraksi dengan konsumen merupakan salah satu strategi yang dilakukan pedagang agar tetap terjalin hubungan baik dengan konsumennya untuk lebih mengakrabkan diri.

Berinteraksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktifitas-aktifitas sosial atau kehidupan sosial. Bentuk lain dari proses sosial hanya merupakan bentuk-bentuk khusus dari interaksi sosial, interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antar kelompok-kelompok manusia maupun antar orang perorang. Menurut pernyataan seorang informan :

“strategi yang saya lakukan adalah mengakrabkan diri sama konsumen terutama tetanggaku, menjalin hubungan baik serta bersikap baik kepada mereka, kalau datang biasa kerumah saya ajak bicara supaya bisa tambah akrab dengan mereka, dengan begitu mereka bisa merasa nyaman dan masih ingin datang kesini untuk belanja walaupun hanya datang hanya sekedar berbincang-bincang”⁵⁰

⁵⁰ H. Intan. 41 tahun, Pedagang ,juni2018

Dari strategi yang ada di atas terlihat pedagang kelontong melakukan interaksi sosial serta hubungan sosial dengan para konsumen, mereka tentunya ingin mencapai tujuan-tujuan tertentu seperti yang telah mereka katakan bahwa mereka ingin menerapkan suatu strategi untuk mencapai tujuan tertentu.

Hal ini disebabkan bahwa dengan kata sosial berarti hubungan yang berdasarkan adanya kesabaran yang satu terhadap yang lain, dimana mereka saling berbuat, saling mengakui dan saling mengenal atau mutual action dan mutual recognition. Dengan hubungan sosial setiap individu dalam kehidupan harus menjalin interaksi sosial antara individu lain yang sama-sama hidup dalam satu kelompok.

Menurut Slamet Sentosa, ada beberapa aspek dalam interaksi sosial, sebagai berikut ;

a. Adanya hubungan

Setiap interaksi sudah barang tentu terjadi karena adanya hubungan baik antara individu dengan individu maupun antar individu dalam hubungan kelompok.

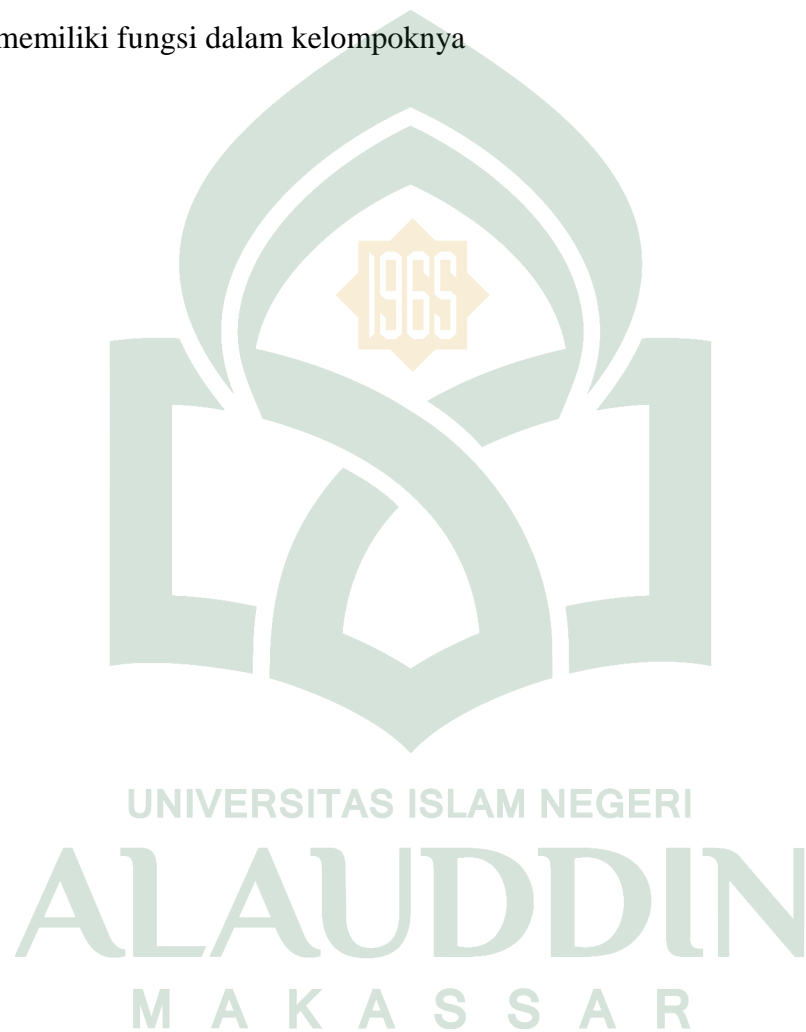
b. Ada individu

Setiap interaksi sosial menuntut tampilnya individu-individu yang melaksanakan hubungan.

c. Ada tujuan

Setiap interaksi sosial memiliki tujuan tertentu seperti mempengaruhi individu lain.

Adanya hubungan antara struktur dengan fungsi kelompok ini terjadi karena individu dalam hidupnya tidak terpisah dari kelompok disamping itu tiap-tiap individu memiliki fungsi dalam kelompoknya



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya minimarket diantara Toko/warung kelontong maka kecenderungan konsumen pun akan timbul untuk memilih tempat untuk berbelanja. Konsumen memandang minimarket sebagai tempat yang menarik untuk berbelanja dibanding dengan toko-toko kecil yang ada disekitarnya, karena konsumen lebih memilih pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut. Hal itu menyebabkan konsumen banyak yang beralih ke Minimarket
2. Dengan adanya minimarket diantara Toko/warung kelontong maka kecenderungan konsumenpun akan timbul untuk memilih tempat untuk berbelanja. Konsumen memandang minimarket sebagai tempat yang menarik untuk berbelanja dibanding dengan toko-toko kecil yang ada disekitarnya, karena konsumen lebih memilih pelayanan yang diberikan oleh toko tersebut. Hal itu menyebabkan konsumen banyak yang beralih ke Minimarket
3. Saat ini, Pemerintah Kota Makassar tidak memberikan perlindungan khusus bagi pedagang kelontong, karena adanya perdagangan bebas sehingga memberikan kesempatan bagi semua pihak dalam berusaha. Akan

tetapi Pemerintah Kota Makassar telah membuat rancangan peraturan baru yang akan membatasi gerak dari minimarket dengan mengatur jumlah gerai dan jarak antara pelaku usaha waralaba minimarket. Sehingga nantinya tidak akan ada lagi dampak negatif dari keberadaan waralaba minimarket terhadap pedagang kelontong melainkan akan saling melengkapi satu sama lain. berikut.

B. Saran

1. Pemerintah Kota Makassar tidak dengan mudah memberikan izin bagi pelaku usaha waralaba minimarket agar minimarket tidak menjamur seperti sekarang ini dan segera merampungkan peraturan dengan mengatur jumlah dan jarak antar pelaku usaha minimarket sehingga memberikan peluang bagi pedagang kelontong untuk berusaha.
2. Pedagang kelontong hendaknya menyediakan beberapa jenis barang kebutuhan masyarakat agar masyarakat konsumtif dapat memilih jenis barang yang diinginkan dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen
3. Masyarakat konsumtif hendaknya berbelanja di toko kelontong terdekat terlebih dahulu, apabila barang yang dibutuhkan tidak ditemukan di toko kelontong barulah berbelanja di minimarket dan Sarana tempat menjual dilengkapi dengan fasilitas yang memadai

DAFTAR PUSTAKA

Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007.

Adri Poesoro, "Pasar Tradisional di Era Persaingan Global", *Newsletter Lembaga Penelitian Smeru No. 22: Apr-Jun/2007*,

Deni Mukbar, "Denyut Usaha Kecil Di Pasar Tradisional Dalam Himpitan Hipermarket", *Jurnal Analisis Sosial*, Vol. 12 No. 18 November,

Achmad Ali, 2009, Menguak Teori Hukum (*Legal Theory*) dan Teori Peradilan (*Judicialprudence*): Termasuk Interpretasi Undang-Undang (*Legisprudence*), Kencana Prenada Media Group, Jakarta

Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Jakarta; Prenada Media Group, 2008)

Desvianto Wibowo, Harjon Sinaga. *Hukum Acara Persaingan Usaha*, (Jakarta; PT Raja Grafindo Persada, 2005)

Marwah M. Diah dan Joni Emirzon, 2003, *Aspek-Aspek Hukum Persaingan Bisnis Indonesia, (Perjanjian yang Dilarang, Perbuatan Bisnis yang Dilarang, dan Posisi Dominan yang Dilarang)*, Universitas Sriwijaya, Palembang

lexy j, moleong. *Metode penelitian kuantitatif* (cet. VIII; Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2000),

punaji setyosari, *metode penelitian dan pengembangannya* (jakarta: kencana, 2010),

Sugiono, *metode penelitian: penerapannya dan strategi yang digunakan* (cet.1; bandung: alfabeta, 2010),

Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia Publishing, Malang, 2007,

Winartosurachmad, *pengantar metodologi penulisan ilmiah* (bandung,: CV. Carsito, 2000) Sudarto, *metodologi penelitian filsafat* (jakarta: Rajawali perss, 1978)

Moh Nasir *metode penelitian* (jakarta: ghalia indonesia, 1998)

Ahmad yani dan Gunawa widjaja, *Anti monopoli*, (Jakarta; Rajawali pers)

UIN Alauddin Makassar, *pedoman penulisan karya ilmiah*; makalah, skripsi, tesis, disertasi, edisi revisi (makassar: Alauddin press 2013)

Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung,

Prof. Dr. H. Zainuddin Ali, M.A, Hukum Ekonomi Syariah, (Sinar Grafika)

Fransisca Yaningwati, dkk, 2009, *Dampak Keberadaan Hypermarket Terhadap Pedagang Pasar Tradisional*, Laporan Hasil Penelitian Fundamental, Universitas Brawijaya, Malang.

Deni Mukbar, “Denyut Usaha Kecil Di Pasar Tradisional Dalam Himpitan Hipermarket”, *Jurnal Analisis Sosial*, Vol. 12 No. 18 November, h. 56

Skripsi Fatmawati “Analisis dampak keberadaan Pasar Modern terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kabupaten Maros” jurusan ilmu ekonomi fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin Makassar 2014

Promosi Doktor Ilmu Hukum, FH. Unsri, 2014 RINGKASAN ASAS KESEIMBANGAN DALAM HUKUM PERSAINGAN USAHA: “Pemaknaan dan Pemfungsian Asas Keseimbangan dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan Pendekatan Struktur Pasar”

Joni Emirzo, *Asas keseimbangan dalam hukum persaingan usaha: Pemaknaan dan Pemungisian Asas Keseimbangan dalam Putusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha tentang Perjanjian Penetapan Harga Berdasarkan Pendekatan Struktur Pasar*, Promosi Doktor Ilmu Hukum, FH. Unsri, 2014 <https://proyekkemjar.files.wordpress.com/2014/06/ringkasan-untuk-buku-kecil-ujian-terbuka.pdf>

Dr. Ahmad Zain An-Najah, MA Blog

<https://www.ahmadzain.com/read/karya-tulis/463/hukum-monopoli-dalam-islam/> di akses pada tanggal 23 desember 2017 Pukul 12.45

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
MAKASSAR

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Firmansyah, lahir di Ujung pandag, 17 April 1996. Dari pasangan Andi Makmur Dj dan Andi Nurhayati Makmur , merupakan anak pertama dari empat bersaudara dan telah menamatkan sekolah taman kanak-kanak Abalayang Utara, dan melanjutkan Jenjang pendidikan SDN Pao - pao, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama Mts Madani Alauddin Pao - pao, dan melanjutkan menengah atas MA Madani Alauddin Pao - pao, kemudian melanjutkan kuliah di Uin Alauddin Makassar mengambil jurusan Ilmu angkatan tahun 2014 dan telah menyelesaikan studi padatanggal 28 Februari 2019, lama studi 4 tahun 6 bulan. Adapun pengalaman organisasi di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum, Dewan Mahasiswa Syari'ah dan Hukum, , Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), Perhimpunan Mahasiswa Hukum Indonesia, Satuan Siswa pelajar Mahasiswa Pemuda Pancasila .

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
 M A K A S S A R